

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

O JORNAL DE PAPEL NA ERA DOS VEÍCULOS ON-LINE:
RECURSOS E CONCEITOS DA INTERNET NAS PÁGINAS IMPRESSAS

BIANCA ROCHA DO NASCIMENTO REIS

Rio de Janeiro

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

O JORNAL DE PAPEL NA ERA DOS VEÍCULOS ON-LINE:
RECURSOS E CONCEITOS DA INTERNET NAS PÁGINAS IMPRESSAS

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo.

BIANCA ROCHA DO NASCIMENTO REIS

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa

Co-orientadora: Profa. Ms. Lucia Maria M. de Santa Cruz

Rio de Janeiro

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **O jornal de papel na era dos veículos on-line: recursos e conceitos da internet nas páginas impressas**, elaborada por Bianca Rocha do Nascimento Reis.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, ____ de _____ de 20 ____.

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa
Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação
Departamento de Expressão e Linguagens - UFRJ

Co-orientadora: Profª. Ms. Lucia Maria M. de Santa Cruz
Mestre em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação
Departamento de Expressão e Linguagens - UFRJ

Prof. Dr. Paulo César Castro de Sousa
Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação
Departamento de Métodos e Áreas Conexas - UFRJ

Profª. Dra. Cristina Rêgo Monteiro da Luz
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação
Departamento de Expressão e Linguagens - UFRJ

Rio de Janeiro

2007

Em memória da minha vovó Valdete Rocha.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ser meu alicerce espiritual de todas as horas. Aos meus amados pais, Jodair e Vania, que me orientaram moral e materialmente durante minha formação e acreditaram no meu sucesso. À minha irmã Rafaela, pois, ao tomar-me como exemplo de conduta, me fez querer ser mais competente. Ao meu companheiro, André Luiz, que apesar dos pesares, durante quase dez anos de convivência, nunca permitiu que eu pensasse em desistir dos meus sonhos. Aos meus padrinhos, Cláudio e Fátima, pelo incentivo.

Também agradeço aos amigos antigos e novos, de perto e de longe, exclusivos ou emprestados, em especial à Annie Varella, pela inabalável amizade; à Denise Gomes, pelos conselhos; à Luciana Pereira, por ser minha eterna colega e parceira de profissão; à Isabella Guerreiro, pela sagacidade com que conduziu nossos loucos anos de faculdade; à Larissa Freitas, pela solidariedade e inteligência; ao Thiago Damasceno, pelas aventuras, passeios e risadas; à Simone Grillo, pela preocupação e apoio; à Mônica Reis, Patrícia Azeredo, Aline Brandão e Liliane Reis, pelo aprendizado das conversas úteis e fúteis; e, por fim, ao Eustáquio Amazonas, da Livraria Editora UFRJ, pela atenção dispensada e pelas dicas de leitura.

Não poderia esquecer de utilizar essas linhas em homenagem àqueles que contribuíram para o meu aprendizado e aperfeiçoamento profissional. Obrigada aos amigos da Assessoria de Comunicação Social do TRF-2ª Região, por me ensinarem a trabalhar em equipe, com amizade e respeito; ao desembargador Luís Felipe Salomão, pela confiança depositada e pela incomparável experiência adquirida. À Patrícia Rosendo, por me receber tão carinhosamente e mostrar-se sempre disposta a me ajudar. Aos amigos da Associação dos Magistrados Brasileiros, especialmente à Thaís, à Flaviana, ao Erick e à Dona Alcina.

Agradeço, finalmente, aos gentis professores da Escola de Comunicação. Ao Paulo César Castro, que me ofereceu oportunidade ímpar de pesquisa na área do jornalismo gráfico; à Lucia Maria M. de Santa Cruz, pela paciência de me ouvir, a delicadeza em me aconselhar e pelo empréstimo de livros; ao Gabriel Collares Barbosa, por ser um orientador solícito e dedicado; à Illana Strozenberg, pelo carinho e pelos inesquecíveis ensinamentos sobre cultura e respeito às diferenças.

Expresso aqui também, minha gratidão à professora de inglês, Ana Cristina, e ao editor de arte do “O Dia”, André Hippertt, por ceder capas do jornal da década de 90.

“Não devem existir jornais com fisionomias estáticas. Todo jornal deve sofrer constantes mudanças. A evolução em todos os sentidos atrai e chama a atenção. Numa palavra: a ‘novidade’, porém com uma personalidade acentuada”.

Andrés Guevara

Caricaturista e designer gráfico, famoso pela criação do projeto visual do jornal “Última Hora”.

REIS, Bianca Rocha do Nascimento. **O jornal de papel na era dos veículos on-line: recursos e conceitos da internet nas páginas impressas**. Orientador: Gabriel Collares Barbosa. Co-orientadora: Lucia Maria M. de Santa Cruz. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Após cerca de uma década de webjornalismo no Brasil, já é possível se falar na consolidação de rotinas textuais e gráficas adaptadas ao ambiente multimídia. O novo ritmo de produção e consumo da notícia em tempo real provocou profundas mudanças na estrutura do fazer jornalístico contemporâneo. O trabalho é uma análise da adaptação dos modelos tradicionais da narrativa jornalística, como o lead e a pirâmide invertida, ao hipertexto, relacionando-a com a mudança no perfil atual dos consumidores da informação, cada vez mais acostumados com uma leitura visualmente dinâmica e interativa. A monografia também trata das apropriações gráficas pelo jornalismo impresso de estruturas popularizadas pelas interfaces digitais, como símbolos e caracteres, na marcação de “links” para a edição eletrônica do jornal ou no desenho das colunas; assim como o aumento do espaço dedicado às imagens e infográficos. O recente projeto gráfico da “Folha de São Paulo” leva em conta essa nova perspectiva do leitor contemporâneo, corroborando a influência da linguagem do jornalismo digital no impresso. A função dos diários de papel é colocada em discussão, seja na defesa da profundidade e da análise crítica dos fatos, seja no redimensionamento físico da notícia pensada sob seu aspecto comercial, ou ainda como meio de complementação do conteúdo eletrônico.

REIS, Bianca Rocha do Nascimento. **O jornal de papel na era dos veículos on-line: recursos e conceitos da internet nas páginas impressas**. Orientador: Gabriel Collares Barbosa. Co-orientadora: Lucia Maria M. de Santa Cruz. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

ABSTRACT

After one decade of web journalism in Brazil, it is already possible to talk about the consolidation of graphic and textual routines adapted to the multimedia world. The new rhythm of production and consumption of news in real time provoked deep changes in the structure of the contemporary journalistic task. The work consists on the analysis of the adaptation of the journalistic narrative traditional models, as the lead and the inverted pyramid, to the hypertext, relating it to the changes in the present profile of information consumers who are more and more accustomed to a visually dynamic and interactive reading. The work also discusses the graphic appropriations by the press of structures which became popular through digital interfaces, as symbols and characters, in the marking of “links” to the newspaper electronic edition or in the drawing of the columns, as well as the increasing of the space dedicated to images and infographics. The latest graphic project of “Folha de São Paulo” takes into consideration this new perspective of the contemporary reader, corroborating the influence of digital journalism language in the press. The function of paper journals is brought into discussion, be it in defense of deepness and critical analysis of facts, or in the physical redimensioning of the news considered from its commercial aspect or even as a way to complement the electronic content.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIG.01	Capa Folhaweb	20
FIG.02	Folha Online 2006	22
FIG.03	Folha Online 2007	23
FIG.04	Seção “Meu Globo On Line”	30
FIG.05	Representações gráficas dos movimentos humanos	46
FIG.06	Barras e boxes coloridos na capa de editoria	51
FIG.07	Barra com referência a resultado de jogo acessível na web	51
FIG.08	“Links de tinta”	52
FIG.09	Sinal de soma usado como indicação conteúdo histórico	52
FIG.10	“Saiba mais”: materialização do hipertexto no papel	53
FIG.11	Seção de notícias mais lidas, curiosas e enviadas da “Folha Online”	53
FIG.12	“Foco”: indica matéria com tema curioso e boa imagem	54

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO ON-LINE NO BRASIL	14
2.1	Da transposição à navegabilidade criativa: as fases do jornalismo on-line	16
2.2	Os primeiros passos da “Folha On Line”	19
3	A PIRÂMIDE INVERTIDA NOS TEMPOS DE HIPERTEXTO	24
3.1	A pirâmide invertida e a linguagem do jornalismo impresso do século XX	24
3.2	Recursos para produção de conteúdo jornalístico na Internet	26
3.3	Hierarquia dos <i>links</i> : o trajeto de leitura digital definido pelo usuário	31
4	DESIGN DE NOTÍCIAS E O PREDOMÍNIO VISUAL DAS INTERFACES	35
4.1	O design gráfico e as novas tecnologias	35
4.2	Arquitetura dos sites de notícias	40
4.3	Os recursos de “navegabilidade” dos jornais impressos	43
4.4	Interface dos jornais para um leitor multimídia	44
5	O JORNAL DE PAPEL NA ERA DOS VEÍCULOS ON-LINE	49
5.1	Estrutura das páginas impressas e suas limitações	49
5.2	“Links de tinta”: referências ao conteúdo digital	51
5.3	A influência da internet no projeto gráfico da “Folha de São Paulo”	54
5.4	A função do jornal impresso: profundidade ou complementação?	55
6	CONCLUSÃO	59
	REFERÊNCIAS	62
	ANEXOS	68

1 INTRODUÇÃO

Durante os primeiros anos de jornalismo on-line no Brasil, não havia uma linguagem própria para produção de notícia que se adequasse às peculiaridades do novo meio eletrônico e as matérias eram transpostas do jornal impresso para a tela, sem alterações no conteúdo. Com o passar do tempo, as redações foram explorando as oportunidades tecnológicas e as possibilidades informativas da internet, culminando no que se conhece atualmente por webjornalismo.

Embora não se tenha um modelo acabado sobre como construir uma notícia para a web, já é possível pensar no hipertexto como estilo. Além disso, o repórter de veículo on-line deve conhecer as diferentes plataformas de publicação de conteúdo multimídia: escrita, áudio, vídeo e imagem, o que lhe permite explorar os diversos níveis de interatividade com os leitores e ter em mente a capacidade de retroalimentação oferecida pela nova mídia.

A internet se expandiu e se consolidou entre os integrantes da classe média brasileira, também consumidora da informação impressa dos jornais de maior circulação no país. Os veículos on-line passaram de meras reproduções dos diários, para fornecedores de conteúdo digital atualizado. O leitor do século XXI demonstrou a necessidade de estar atualizado, em pouco tempo, com liberdade para buscar as informações, sem trajetos prontos ou limitados, e ainda poder interagir, opinar e contribuir. As novas tecnologias trouxeram interfaces intuitivas para as telas de computadores e celulares, em que o indivíduo tem a possibilidade de acessar funções e informações desejadas de forma ativa e não mais, apenas, de maneira passiva, como nos meios de comunicação de massa tradicionais.

É para atender a essa nova demanda de consumidores da informação que os jornais impressos começam a reformular a construção e a apresentação da notícia no papel, plataforma envolta em determinadas limitações estruturais. Surge, então, a necessidade de ocupar o espaço bidimensional com textos e imagens fragmentados e mais alusões ao conteúdo adicional disponível no site jornalístico. O redesenho das páginas impressas segue uma tendência de adaptação a uma leitura rápida ou lenta, linear ou multilinear, com o desmembramento de uma mesma reportagem em boxes e infográficos, como se fossem *links* mentais, numa metáfora do próprio funcionamento cerebral.

Um dos primeiros jornais brasileiros de circulação nacional a promover uma reforma gráfica, pensada nos termos desses novos hábitos de leitura de um público correspondente ao

perfil de usuário da internet, foi a “Folha de São Paulo”, em maio de 2006. Por isso, o exame de seus aspectos visuais e textuais será útil para a compreensão da influência do webjornalismo nos periódicos impressos.

Mas, tendo em vista que este não é um fenômeno inédito (quando do aparecimento de um novo meio de comunicação, aqueles mais tradicionais, a fim de sobreviverem à concorrência, assimilam conceitos e promovem adaptações estilísticas e de formatação), o tema será abordado de acordo com o contexto de consolidação da internet no Brasil, com a descrição das transformações das rotinas de produção e consumo da notícia, que implicaram na necessidade de adequação dos jornais impressos à existência da nova mídia.

A hipótese originária dessa pesquisa restringiu-se a questão do design gráfico das páginas impressas, que estão ficando mais parecidas com as interfaces de navegação da internet. No entanto, ao longo da investigação bibliográfica e da observação documental, também surgiu a suposição de que esta influência estaria além do desenho e perpassaria questões cruciais para jornalismo atual: a redefinição do padrão textual, numa conjunção de pirâmide invertida e hipertexto.

Portanto, no início da redação desta monografia, avaliou-se que o estudo de caso da reforma gráfica da “Folha de São Paulo” seria o método mais adequado. Porém, o surgimento da nova hipótese, mais abrangente e mais rica em possibilidades enunciativas, fez com que fosse conveniente a adoção de bibliografia como instrumento principal de pesquisa, aliada à análise dos exemplares daquele jornal impresso e da sua versão on-line.

Diante disso, três autores foram fundamentais para a proposição de argumentos necessários à sustentação teórica das suposições surgidas ao longo da pesquisa: Pierre Lévy, Nilson Lage e J. B. Pinho. O primeiro, por discorrer filosoficamente sobre os impactos da web e das tecnologias digitais nas atividades de comunicação dos indivíduos. O segundo, devido ao amplo legado teórico-referencial sobre técnicas de produção e construção da notícia. O terceiro, pelo consistente e detalhado estudo das peculiaridades jornalísticas da internet.

A produção acadêmica e a literatura contemporânea ainda não dão conta de todos os efeitos a médio e longo prazo dos inúmeros usos da internet como veículo de comunicação. Um campo muito rico de ser estudado, mas que está em rápida e constante expansão. Observar, avaliar e propor questionamentos acerca das influências materiais e virtuais da web sobre os indivíduos é fundamental para compreender ou vislumbrar a sobrevivência das antigas mídias.

Se a informação transformou-se na moeda de troca simbólica de poder da atualidade, sendo cada vez mais imprescindível e oferecida em quantidade muito maior do que antes, há que se identificar também qual a função do jornal de papel para esses leitores, afeitos a uma decodificação mais e mais autônoma e pró-ativa.

Como preparar um texto para o jornal impresso de hoje? Qual a quantidade ideal de palavras? Será que o leitor está satisfeito com a qualidade e a quantidade de informação? Quais os limites entre a objetividade e a interpretação do fato? Como redigir um lead sem ser repetitivo ou redundante com as notícias já veiculadas nos meios eletrônicos? Por que oferecer conteúdo adicional em parceria com os webjornais?

Perguntas como essas ou discussões sobre as mudanças no modo de produção e concepção da notícia dos periódicos não são comuns nas redações, que correm contra o tempo para cumprirem os prazos de fechamento. O ambiente acadêmico ainda é o espaço mais adequado para debate e reflexão, ainda que distante do cotidiano da prática do jornalismo.

A proposta deste projeto é adiantar percepções sobre o redesenho a que os impressos estão se submetendo, em função da alteração do modo de olhar do leitor. Portanto, a divisão dos capítulos seguirá uma lógica de raciocínio dedutiva, com a apresentação de hipóteses e argumentos teóricos ou visuais, visto que seria precipitado estabelecer conclusões taxativas sobre as influências discursivas do webjornalismo, uma modalidade bastante mutável.

O primeiro capítulo apresentará uma contextualização histórica do jornalismo on-line no Brasil, dividindo o percurso de uma década em etapas definidas e caracterizadas conforme a evolução das técnicas e da linguagem do novo meio de comunicação. Além disso, será destacada a recente trajetória da versão digital da “Folha de São Paulo”: “Folha On Line”. A ênfase neste veículo se deve à escolha daquele impresso para posterior análise do projeto gráfico.

Em seguida, o segundo capítulo abordará os possíveis pontos de convergência entre as técnicas tradicionais de redação jornalística (pirâmide invertida e lead) e o estilo de construção da notícia para a internet (hipertexto), destacando as características e recursos a serem considerados pelo repórter multimídia, a fim de identificar a existência de uma nova modalidade de escrita que possivelmente é reproduzida pelos veículos impressos.

Com o intuito de justificar a relação entre jornalismo gráfico e o vigente perfil de leitura nascido da internet, o terceiro capítulo analisará o padrão de arquitetura utilizado pelo

jornalismo on-line e a influência de conceitos como interface, navegabilidade e usabilidade no design gráfico das notícias construídas a partir da materialização do hipertexto no papel.

Por fim, o quarto e último capítulo descreverá as estruturas visuais do novo projeto gráfico da “Folha de São Paulo”, que exemplificam as hipóteses levantadas ao longo do segundo e terceiro capítulos, além de discutir a atual função e o futuro dos jornais impressos no Brasil.

2 BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO ON-LINE NO BRASIL

A Internet é um fenômeno historicamente recente. O jornalismo praticado nesta nova plataforma de comunicação é ainda mais atual, já que as primeiras iniciativas no Brasil datam de meados da década de 90. Considerando que as mudanças tecnológicas contemporâneas acontecem em ritmo cada vez mais acelerado, este espaço de tempo trouxe muito mais alterações para o cotidiano dos indivíduos que as transformações impostas por quase meio século de existência da televisão.

Com os navegadores da www, que renovaram a interface gráfica da internet e facilitaram o seu acesso ao usuário, foi possível disponibilizar na rede produtos on-line, inclusive os jornais digitais. (QUADROS, 2002, p. 02)

Uma vez que o objetivo deste trabalho não é traçar um cronograma dos fatos históricos relacionados ao jornalismo on-line, importa analisarmos como esses periódicos contribuíram para o desenvolvimento do que hoje é possível convencionar de linguagem do webjornalismo no Brasil.

No entanto, existem muitas controvérsias em relação à definição de qual foi o primeiro jornal a disponibilizar conteúdo na rede mundial. Alguns creditam o feito ao “Jornal do Brasil” e outros ao “O Estado de São Paulo”. Ricardo Torquato (2005, p. 26) e Luís Pereira (2002, p. 07) apontam o periódico carioca como pioneiro, enquanto Cláudia Quadros (2002, p. 11) destaca as experiências realizadas pela “Agência Estado”, com o “NetEstado”, que foram anteriores ao lançamento do “JB On Line”.

Já os coordenadores do GJOL (Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line)¹, Marcos Palácios e Elias Machado², afirmam que as primeiras iniciativas de veiculação de notícias pela Internet aconteceram com o “Jornal do Commercio” de Pernambuco, que utilizava recursos de sistema de inserção de arquivos no formato de menu, administrado pela “empresa municipal de informática do Recife”, em 1994 (MACHADO; PALÁCIOS, 1997, p. 18).

¹ O grupo desenvolve pesquisas desde 1995 na área de jornalismo digital, como parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da FCOM/UFBA e integrando o Centro de Estudos de Ciberultura. Para outras informações, acesse <http://www.facom.ufba.br/jol>.

² Marcos Silva Palácios é jornalista e doutor em Sociologia pela Universidade de Liverpool. Elias Machado Gonçalves é jornalista e doutor em Jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona. Os dois são professores do Departamento de Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e coordenadores do GJOL.

O Grupo Estado, dono do jornal “O Estado de São Paulo”, foi o primeiro a realizar testes de implantação de notícias no mundo virtual:

No Brasil, a utilização da Internet pelas organizações jornalísticas resulta numa etapa preliminar de algumas iniciativas isoladas como as do Grupo Estado de S. Paulo [...]. A preocupação do conglomerado em acompanhar os próximos passos do intrincado mundo digital fez com que o Estado aderisse ao projeto Notícias do Futuro do Massachusetts Institute of Technology- MIT [...]. (MACHADO; PALÁCIOS, 1997, p. 05).

Em maio de 1995, o “Jornal do Brasil” produziu uma versão resumida das notícias do formato impresso. Pouco tempo depois, os nacionais “Folha de São Paulo” e “O Globo” também passaram a produzir versões digitalizadas. Nesse momento, é possível notar que as redações dos veículos ainda não demonstravam preocupação com a adaptação da linguagem para a nova mídia e muito menos exploravam as incipientes ferramentas de navegação da web.

[...]é importante destacar que as primeiras gerações de páginas na web reproduziam conteúdos e design das versões impressas, aproveitando os dados armazenados nos computadores da redação tradicional. (QUADROS, 2002, p. 05).

No intervalo de tempo que se sucedeu entre os primeiros jornais on-line e um segundo momento intermediário, em que se começou a planejar modelos criativos de informação jornalística digital e não apenas digitalizada, outro fenômeno arrasaria as concepções pré-estabelecidas sobre o webjornalismo até então: o surgimento dos portais, que forneciam notícias curtas e instantâneas.

Para Pollyana Ferrari, os primeiros jornais a se aventurarem na Internet foram justamente os vinculados a grandes conglomerados comunicacionais do país. Essas empresas brasileiras participaram e investiram na criação dos chamados **portais de informação**, entre os anos de 1999 e 2000. O conceito de portal surgiu nos EUA a partir do desenvolvimento dos sites de busca, que ofereciam serviços de chat, e-mail, comércio eletrônico, canais de entretenimento e notícias.

Empresas tradicionais como as Organizações Globo, o grupo Estado (detentor do jornal O Estado de S. Paulo e Jornal da Tarde), o Grupo Folha (do jornal Folha de S. Paulo) e a Editora Abril se mantêm como os maiores conglomerados de mídia do país, tanto em audiência quanto em receita com publicidade. Foram eles que deram os

primeiros passos na Internet brasileira, [...]. (FERRARI, 2006, p. 27).

Foi assim que nasceu o primeiro jornal exclusivamente digital, no ano de 2002, com o “Último Segundo”, do portal IG, que pretendia oferecer uma informação nova a cada minuto. E para cumprir com esse objetivo, dispunha de uma pequena redação própria, embora quase todo o conteúdo fosse proveniente do serviço de agências de notícias.

Antes disso, porém, uma das revistas semanais mais vendidas do país, a “Veja”, cria sua versão on-line. A atualização do conteúdo era feita com a mesma periodicidade com que a revista seguia para as bancas: semanalmente. Isso corrobora a idéia de que os veículos impressos ainda “não sabiam” como administrar suas publicações eletrônicas, deixando de explorar especificidades como instantaneidade, usabilidade, navegabilidade e hipertextualidade, características que serão analisadas no próximo capítulo.

2.1 Da transposição à navegabilidade criativa: as fases do jornalismo on-line

Segundo Cláudia Quadros (2002, p. 03), o professor John Pavlick, da Universidade de Columbia, criou uma divisão apropriada para compreensão da breve história do jornalismo on-line, praticado desde a década de 90 até os dias de hoje, em três fases distintas, que ajudam a perceber como os periódicos reagiram ao conhecimento e ao crescente acesso das novas tecnologias.

[...]classificou os jornais digitais em três estágios (o 1º seria apenas a transposição da versão impressa para a internet, o 2º esta transposição e mais alguns produtos diferenciados do jornal de papel e o 3º um produto totalmente exclusivo para a internet), foram fundamentais para a análise e o aprimoramento do jornalismo *on-line*. (QUADROS, 2002, p. 03).

Durante a primeira fase, os jornais eram apenas transpostos para o meio digital, sem nenhum tratamento específico das notícias. Os periódicos virtuais não possuíam equipe exclusiva, já que as matérias se limitavam a uma reprodução do impresso. Profissionais da área de design e informática das redações eram, na maioria das vezes, os responsáveis pela inserção do conteúdo.

“Esta transposição foi gradativamente sendo substituída por um texto adequado, produzido e editado por uma redação virtual” (TORQUATO, 2005, p. 26 e 27) a partir da segunda fase, quando os jornais começam a perceber a rentabilidade proporcionada pelo volume

de acesso dos internautas que buscam notícias em “tempo real”. Alguns recursos como hipertexto começam a ser experimentados. “O conteúdo jornalístico é um grande chamariz na rede mundial. Todos os cinco domínios mais visitados da Internet brasileira oferecem notícias nas suas *home pages*”. (PINHO, 2003, p. 124).

A jornalista e professora da PUC-SP, Pollyana Ferrari, participou da concepção da revista semanal de informação “Época”, pensada para ser lançada juntamente com sua versão on-line em 1998. Primeiro caso considerado de integração entre meio impresso e eletrônico, ao publicar uma reportagem sobre “Grampos no BNDES”, a capa da revista dizia “Leia e Ouça o Grampo”, numa nítida referência às possibilidades informativas adicionais oferecidas pelo site da revista. Conforme relata Ferrari:

Fomos a primeira revista semanal a colocar a página na Internet com noticiário diário. Fomos os primeiros a unir as mídias impressa e digital [...]. No final de 1998 tínhamos conteúdo jornalístico on-line próprio, setecentos mil leitores por mês, vinte a trinta reportagens diárias – redigidas na redação digital -, mais de 1.500 páginas no banco de dados, imagens, infográficos e um enfoque totalmente voltado à prestação de serviços, o que fez de *Época On-Line* uma referência em transposição de mídias. (FERRARI, 2006, p. 89).

É possível afirmar que o ataque terrorista às torres gêmeas em Nova York, em 11 de setembro de 2001, foi um marco também decisivo nas transformações implementadas nesse período do webjornalismo, porque quando a informação chegou para os americanos e também para os brasileiros, no início da manhã, muitos indivíduos estavam trabalhando em seus escritórios, diante de computadores e só puderam acompanhar os desdobramentos da tragédia pela internet.

Tal acontecimento ajuda a compreender o sistema de alimentação contínua da informação, que passou a ser explorado significativamente pelos jornais on-line e pelos portais, durante a terceira e atual fase do webjornalismo. Foi com o desenvolvimento das ferramentas como instantaneidade, interatividade, multimídia e com o aprimoramento da arquitetura dos sites, que as informações passaram a ser pensadas para um usuário e não mais apenas para um leitor.

Por isso, já é admissível falar em linguagem para o jornalismo digital, porque as notícias agora são idealizadas e produzidas segundo as possibilidades informacionais de inúmeros *links* de textos, imagens, áudio e vídeo, assim como infográficos.

A terceira fase, [...] está em curso e se caracteriza pela produção de conteúdos noticiosos originais desenvolvidos especificamente para a web, com possibilidades narrativas que permitem ao leitor navegar através da informação multimídia.” (TORQUATO, 2005, p. 30).

Segue-se um crescimento do número de profissionais envolvidos na produção de conteúdo para os jornais on-line, que antes apenas preparavam as notícias no meio eletrônico, depois do fechamento da edição impressa, com atualizações no período da madrugada. Foi a partir do chamado “boom” do webjornalismo no Brasil (QUADROS, 2002, p. 01), que surgiram muitas oportunidades de emprego para jornalistas recém-formados, indivíduos já familiarizados com as interfaces do meio digital, com certa desenvoltura para trabalhar numa plataforma de comunicação multimídia.

Cinco anos após o surgimento dos primeiros jornais on-line, as grandes empresas de comunicação decidiram investir capital nos veículos e efetivamente produzir conteúdo específico para este canal. (PEREIRA, 2002, p. 08).

Os jornais on-line foram sofrendo adaptações e experimentando fórmulas até encontrar um consenso de linguagem ideal, que ao mesmo tempo fosse criativa e interativa. Para isso, as redações dos veículos digitais cada vez mais necessitavam de pessoal experiente no jornalismo e especializado na informática, a fim de trabalhar com estruturas de textos não-lineares, com métodos interativos de relacionamento com o leitor e com a construção de narrativas multimidiáticas, que agregam sentido com a junção de texto, imagem, áudio e vídeo. Nesse sentido, o caso do “Globo On Line” é exemplar:

No final de 1997, oito jornalistas produziam conteúdo em tempo real e seis enriqueciam estas notícias. Em 2002, a redação digital está bem mais ampla. Coordenada pela editora-chefe Joyce Jane, o Globo On-Line possui um editor-executivo, um gerente comercial, três editores, dois editores de capa, dois de ambientes especiais, um de interatividade, um editor de criação que comanda uma equipe de quatro profissionais e 11 repórteres, além da equipe responsável pela gestão tecnológica. (QUADROS, 2002, p. 14).³

³ Atualmente a equipe do “Globo On-Line”, ainda sob coordenação de Joyce Jane, é composta por dois editores-executivos, uma editora de conteúdo, cinco editores de capa, oito editores, 31 repórteres no Rio de Janeiro, uma editora e cinco repórteres em São Paulo, um editor e dois repórteres em Brasília, três coordenadores de projeto, 15 funcionários na área de criação multimídia e nove na de Tecnologia.

Hoje não basta que os jornais marquem apenas presença no mundo virtual, sem produção efetiva de conteúdo, por receio de perder consumidores dos impressos. Já se passaram mais de dez anos de jornalismo produzido na internet e nem o jornal e nem a televisão ou rádio tiveram sua extinção decretada. Os serviços noticiosos da Internet interagem com as informações de outros meios de comunicação. Por isso, “as maiores revistas e jornais do Brasil enxergam na rede mundial uma forma adicional de comunicação com o público-alvo” (PINHO, 2003, p. 116).

Está ultrapassada a visão apocalíptica de que a Internet iria substituir as mídias convencionais, o que se vê hoje é a interação midiática. A web é mais um veículo que vem se somar aos já existentes. (MORAES, 2004, p. 108)

Após quase 13 anos de existência, o jornalismo on-line caminha para o estabelecimento de regras, manuais e, principalmente, de um *modus operandis* específico, que precisará ser constantemente atualizado e adaptado às novas descobertas tecnológicas.

2.2 Os primeiros passos da “Folha On Line”

O Grupo Folha não foi um dos pioneiros do jornalismo digital no Brasil, mas sua entrada na Internet coincide com a de grandes veículos impressos, como “O Globo” e “O Estado de São Paulo”, em meados de 1995. Neste momento, a versão eletrônica da “Folha de São Paulo” era chamada de “Folhaweb” (Cf. figura 01).

Os estudos para o lançamento da *Folhaweb* começaram a ser desenvolvidos em dezembro de 1994 por uma equipe de três pessoas [...]. Entre programadores, designers e jornalistas a Folhaweb mantinha, em meados de 1996, 20 profissionais envolvidos no projeto. A estrutura de produção de notícias obedece a transcrição das matérias feitas para o jornal impresso [...]. (MACHADO; PALÁCIOS, 1997, p. 23).



Fig.01. Capa da Folhaweб.

De forma bastante incipiente, o jornalismo praticado pela equipe da “Folhaweб” se reduzia a fazer a transposição do impresso para o digital, sem a utilização de um dos recursos fundamentais da Internet: o hipertexto. As fotos e ilustrações também não recebiam tratamento adequado ao novo meio, limitando suas funções significativas a mero complemento dos espaços ao lado das principais matérias e abaixo das grandes manchetes, como feito na maioria dos jornais impressos.

Cada notícia acessada através do *Índice* aparece na página de sua própria editoria, com o logotipo da seção, data da edição e conexões para os textos anterior e posterior e volta para o índice. Esta reprodução do visual do jornal impresso obedece às mesmas normas de elaboração dos textos, com chapéu, títulos, linhas finas, origem das matérias e seus autores. [...] Em todas as editorias são quase inexistentes as matérias desdobradas em hipertexto e a maioria delas está editada sem fotos. (MACHADO; PALÁCIO, 1997, p. 24).

As primeiras modificações nessa estrutura acontecem no final de abril de 1996, quando a “Folhaweб” passa a integrar o cardápio de serviços oferecidos pelo provedor Universo Online (UOL). Com isso, o site da Folha é dividido em seções semelhantes às editorias do jornal impresso e ocorre uma pequena redução da massa de texto, ainda insuficiente para os padrões digitais. Manchetes e títulos das principais matérias passam a ser produzidos na forma de *links* hipertextuais. Além disso, foi criada uma seção chamada **Especial**, com matérias feitas exclusivamente para a Internet.

Mesmo assim, esse modelo inicial de jornalismo on-line produzido pela “Folhawebo” não demonstrava preocupação com a atualização permanente das notícias e ainda reproduzia uma mentalidade centrada na valorização da massa textual, em detrimento dos inúmeros recursos que se apresentavam para experimentação e adaptação da nova linguagem do webjornalismo.

Em abril de 2000, o Grupo Folha, impulsionado pelas rápidas mudanças do cenário econômico da Internet no país, lança o novo projeto visual da “Folha Online” e um serviço inédito e gratuito de notícias para celulares: o “Folha Wap”.

O Folha WAP, serviço que disponibiliza o noticiário e serviços do Folha Online para telefones celulares, é apresentado em 25 de março. O jornal em tempo real Folha Online amplia substancialmente seu time de colaboradores e, em 17 de abril, lança novos canais na sua *home page*, como “Pensata”, que reúne artigos de vários colunistas, “Círculo Folha”, com informações variadas sobre o Grupo Folha, e “Almanaque”, site produzido pelo Banco de Dados que resgata textos de valor histórico publicados nos jornais do grupo.⁴

Numa parceria com a operadora de telefonia móvel TIM, em 2002, a “Folha Online” estréia um serviço de informações multimídia também para celulares. E no seu terceiro aniversário, uma nova diagramação é produzida pelo editor de arte do veículo, Marcelo Katsuki. Neste período, o jornal on-line já conta com uma equipe de 52 jornalistas, publicando cerca de 500 notícias diariamente e recebendo uma média de um milhão de acessos por mês⁵.

Quando do lançamento do mais recente projeto gráfico da “Folha de São Paulo”, em maio de 2006, a “Folha Online”, que já recebia aproximadamente 10 milhões de visitas mensais, é novamente reformulada⁶ visualmente (Cf. figura 02), ampliando o espaço ocupado na tela, a fim de inserir mais fotos e infográficos; disponibilizando mais ferramentas de interatividade com o leitor; aumentando a oferta de conteúdo multimídia e estendendo a cobertura para fora do eixo Rio-São Paulo-Brasília, com o intuito de atender aos leitores das capitais do norte e nordeste. Também é criado um espaço para divulgação dos blogs dos principais jornalistas do veículo, além de uma seção chamada **O que foi notícia**, com um breve resumo das matérias mais comentadas da semana.

⁴ Texto disponível em http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_2000.htm, acesso em 24/09/2007.

⁵ Reforma visual de 2003: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u48145.shtml>, acesso em 24/09/2007.

⁶ Reforma visual de 2006: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u78760.shtml>, acesso em 24/09/2007.



Fig.02. Folha Online em 2006.

O design atual da “Folha Online” (Cf. figura 03) é resultado de uma outra reformulação⁷, realizada em agosto de 2007 para atender às sugestões dos usuários e corrigir estruturas visuais que dificultavam ou tornavam cansativa a leitura.

Além disso, foram criadas editorias exclusivas, como **Ambiente**, **Bichos** e **Comida**. Os títulos de colunas e blogs aparecem destacados na parte superior da página junto com a foto do autor e botões para visualização sequencial.

Retranças e manchetes não são mais sublinhadas, a fim de tornar o conjunto visual mais “arejado”. A seção **Em Cima da Hora** traz as últimas notícias em vermelho e com a visualização alternada, sendo que o acréscimo de *links* de controle na lateral, permite que o leitor pare a seqüência, retorne ou avance. Isso também acontece com a imagem principal da página, na qual as fotos são mostradas como numa apresentação de slides.

⁷ Reforma visual de 2007: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u321402.shtml>, acesso em 24/09/2007.



Fig.03. Folha Online em 2007.

A “Folha Online” e a maioria dos veículos de jornalismo digital estão ainda passando por uma série de adaptações e reformulações, tanto no aspecto visual como no estilo do conteúdo jornalístico multimídia. Porém, a Internet tem uma vantagem em relação às adequações implantadas nos veículos tradicionais durante o século XX: o tempo. As transformações aqui destacadas ocorreram num período inferior a 15 anos, um processo acelerado se comparado à popularização da televisão no Brasil. E ainda não é possível afirmar se o webjornalismo já atingiu seu auge, visto que existem muitas oportunidades e possibilidades narrativas e tecnológicas a serem exploradas com a nova mídia.

3 A PIRÂMIDE INVERTIDA NOS TEMPOS DE HIPERTEXTO

O lead e a pirâmide invertida sobreviveram a meio século de transformações tecnológicas nos processos de comunicação. Ainda que continuem presentes nos manuais de redação dos mais consagrados veículos noticiosos e nas ementas dos cursos de jornalismo pelo país afora, essas técnicas estão sofrendo o abalo ou, pelo menos, a influência de uma importante ferramenta do jornalismo on-line: o hipertexto.

3.1 A pirâmide invertida e a linguagem do jornalismo impresso do século XX

Redigir uma matéria factual para um jornal significa, *a priori*, hierarquizar os fatos em ordem decrescente de importância. Sem entrar no mérito dos critérios de avaliação daquilo que se tem por relevante numa notícia, esse esquema foi inspirado nas técnicas das agências de notícias americanas para facilitar o processo de “paginação” e “corte”, atividades realizadas por uma função já extinta, desempenhada pelo chamado *copydesk*. Para Nilson Lage é como se esse estilo de texto imitasse a modalidade habitual e cotidiana de narração dos fatos. “Se considerarmos a tradição oral, (...), veremos que a ordenação dos eventos por ordem decrescente de importância ou interesse é bem mais comum do que a temporalidade da sequência” (2006, p. 21).

Do ponto de vista da estrutura a notícia se define, no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos, a partir do fato mais importante ou interessante, e, de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante. (LAGE, 2006, p. 17)

Antes de os jornais brasileiros adotarem as seis perguntas básicas do lead (O quê? Quando? Quem? Aonde? Como? Por quê?) e, “um encadeamento de seqüências, constituídas de eventos temporalmente relacionados” (LAGE, 2006, p. 19), o que se via nos diários eram textos longos, nos quais as informações principais sobre o acontecimento vinham precedidas de um parágrafo introdutório desnecessário. Era o famoso “nariz de cera”, hoje tão repellido pelos jornalistas. Bom texto, naquela época, significava uma boa narrativa, sem necessariamente informar de imediato.

No entanto, as transformações econômicas e sociais ocorridas na passagem do século XIX para o século XX fizeram aumentar a quantidade de informações e notícias que chegavam

diariamente para os indivíduos, que não mais se importavam apenas com os acontecimentos locais, mas também se interessavam pela política, economia e comportamento mundiais. Inverter a forma de contar uma história era uma estratégia para poupar o tempo das pessoas e informar com objetividade e precisão. Daí a idéia do modelo da pirâmide invertida.

A primeira notícia redigida segundo a técnica da "pirâmide invertida" teria aparecido no *The New York Times* em abril de 1861. A partir da segunda metade do século XX, alguns dos mais importantes periódicos latino-americanos passaram a publicar notícias das agências norte-americanas, redigidas segundo esse modelo. Nesse período, essa técnica se espalhou gradativamente, tendo chegado no Brasil exatamente em 1950, pela iniciativa do jornalista Pompeu de Sousa. (GENRO FILHO, 1987, cap. IX).⁸

“O fato é que o modelo Pirâmide Invertida é utilizado até hoje, por ser considerado um modelo eficiente”⁹ (MIELNICZUK, 2002, p. 09), construído a partir de um texto com lead, sublead e parágrafos de contextualização, desdobramentos, análises ou conclusões. “A documentação consiste em proposições adicionais sobre cada um desses termos” (LAGE, 2006, p. 29). Contudo, esse é um trajeto definido pelo jornalista, que ao redigir a matéria ou reportagem, escolhe quais são os assuntos mais “importantes” dentre as informações oferecidas por um determinado acontecimento. Isso faz com que o leitor seja guiado linearmente na interpretação da notícia, tendo apenas as opções de continuar ou interromper a leitura.

Depois do advento da Internet e da linguagem hipertextual, tal modelo de redação e tratamento jornalístico da notícia passa por adaptações a fim de conviver com o deslocamento do foco da produção de apenas uma fonte, o jornalista, para assimilação das novas formas de apreensão e interpretação advindas da interatividade e personalização dos conteúdos noticiosos na web. Talvez daí resulte a principal influência dos sistemas hipertextuais no webjornalismo, quiçá na totalidade da linguagem jornalística atual, como veremos nos próximos capítulos.

⁸ Disponível em <http://www.adelmo.com.br/index3.htm>, acesso em 23/09/2007.

⁹ Apesar da pirâmide invertida e o lead serem muito utilizados no noticiário diário, por constituírem um padrão estilístico entre os jornalistas, existem várias formas de estruturar a reportagem, de acordo com a ênfase que o repórter deseja dar a determinada informação em detrimento de outras. De acordo com Muniz Sodré, dois tipos de esquemas são comuns na narrativa do texto jornalístico: o cronológico, em que se altera a seqüência lógica dos acontecimentos para despertar a curiosidade do leitor em relação ao fato principal; e o esquema dialético, fazendo uso da relação tese-antítese-síntese no desenvolvimento de um tema complexo ou polêmico. Cf. SODRÉ, Muniz. **Técnica de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**/Muniz Sodré, Maria Helena Ferrari – Summus: São Paulo, 1986.

Isto posto, pode-se dizer que o jornalista não é mais o único a determinar o que é o mais importante na narrativa do fato jornalístico [...]. A participação do leitor nesta escolha cresce e ela passa a acontecer com maiores possibilidades [...]. O leitor torna-se co-autor da narrativa jornalística na medida em que, a partir de suas escolhas (dentre as possibilidades oferecidas pelo hipertexto), ele vai construir a sua narrativa individualizada, elegendo as células informativas que se apresentam como as mais importantes, de acordo com suas necessidades de obter informações. (MIELNICZUK, 2002, p. 12).

Embora a quantidade de informações tenha aumentado nesse meio século de existência da pirâmide invertida, um grupo significativo de indivíduos¹⁰ deseja traçar seu próprio trajeto de leitura, “navegando” pelo jornal impresso do mesmo modo que “navega” na rede mundial de computadores, abrindo “links” mentais sobre determinado assunto.

[...]o leitor do jornal realiza diretamente uma navegação a olho nu. As manchetes chamam a atenção, dando uma primeira idéia, pinçam-se aqui e ali algumas frases, uma foto, e depois, de repente, é isso, um artigo fissa nossa atenção, encontramos algo que nos atrai [...]. (LÉVY, 1993, p. 36).

3.2 Recursos para produção de conteúdo jornalístico na Internet

Para trabalhar com informação no ciberespaço, o jornalista necessita conhecer as especificidades dessa nova mídia, que trouxe mudanças para o próprio processo de construção da notícia. Há alguns anos, essa prática demandava apenas uma boa redação e algumas noções de tratamento editorial das imagens. Hoje, no entanto, é preciso pensar a informação no âmbito da produção de conteúdos multimídia.

O novo profissional de jornalismo, para agregar diferencial competitivo, precisa dominar o meio digital. O jornalista 2.0 tem que estar devidamente preparado para pensar, conceber, produzir, preparar e enfim formatar o conteúdo multimídia de maneira adequada para os inúmeros novos canais de distribuição da informação digital que irão surgir. (VILLELA, 2002, p. 168).

¹⁰ Segundo dados coletados pelo IBOPE, em agosto de 2007, 36,9 milhões de brasileiros possuem acesso à Internet no país. Disponível em <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=IBOPE/NetRatings&docid=BFC78A2E631FF756832573640064164D>.

A fim de analisar a influência dessa nova linguagem no fazer jornalístico atual é que importa traçar um panorama das principais características oferecidas ao profissional de comunicação pela web. Para tanto, convém utilizar as definições apresentadas por J. B. Pinho e Luciana Mielniczuk em “cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial” (PINHO, 2003, p. 49) das mídias tradicionais:

- **Hipertextualidade**

“As técnicas digitais de hipertextualização e de navegação constituem de fato uma espécie de virtualização técnica ou de exteriorização dos processos de leitura” (LÉVY, 1996, p. 50). Talvez por isso, essa seja uma das principais ferramentas de trabalho do jornalismo on-line. O hipertexto consiste em arranjar o material noticioso em um formato multilinear, com a inserção de *links* nas palavras-chaves do texto, que remetam a outros textos, ou vídeos, ou fotos, ou áudios. Segundo Luciana Mielniczuk (2002, p. 11), a narrativa “no hipertexto é apresentada como um texto pulverizado”.

- **Não-linearidade**

O usuário/leitor pode percorrer diversas páginas de informação, em busca dos temas que lhe parecem mais interessantes e dessa forma construir sua própria narrativa, que é apenas um dos infinitos trajetos possíveis oferecidos pelos *links* dispostos em cada texto. “O hipertexto permite que o usuário se movimente mediante as estruturas de informação do site sem uma seqüência predeterminada” (PINHO, 2003, p. 50).

- **Fisiologia**

A leitura de uma página da web é comprovadamente mais cansativa devido à incidência luminosa dos monitores, que provoca fadiga visual. Por isso, recomenda-se que “o texto preparado para a Internet seja cerca de 50% mais curto do que o escrito para o papel” (PINHO, 2003, p. 51).

- **Instantaneidade**

O webjornalismo ganhou mais destaque e relevância pela sua capacidade de oferecer uma cobertura imediata dos principais acontecimentos locais e mundiais, já que

requer um aparato tecnológico relativamente acessível a qualquer jornalista. Em comparação à televisão, não depende do tempo de deslocamento de uma equipe de reportagem com cinegrafista e repórter para “entrar no ar”, assim como o leitor não precisa aguardar a impressão das notícias, como no caso do jornal impresso. “Na mídia on-line, a instantaneidade da informação modificou até mesmo o sentido do furo de reportagem” (PINHO, 2003, p. 51).

▪ **Qualificação**

De maneira geral, o público consumidor da informação on-line, segundo estatísticas do IBGE¹¹, é composto de uma parcela significativamente jovem, com alto grau de instrução e pertencentes às classes econômicas de elevado poder aquisitivo.

▪ **Custos de produção e de veiculação**

Em comparação a veículos tradicionais como a televisão, rádio ou jornal, a Internet demanda gastos consideravelmente mais baixos de produção, na medida em que não é preciso dispor de uma estrutura de grandes proporções. Também é bastante comum que as equipes de reportagem do webjornalismo dividam espaço com as redações dos periódicos impressos ou dos estúdios, bastando apenas computadores ágeis e equipados com softwares de publicação on-line, porque “publicar uma informação na *World Wide Web* ou enviar uma mensagem de correio eletrônico geram despesas irrisórias mesmo comparadas com as tarifas telefônicas de longa distância” (PINHO, 2003, p. 53).

Além disso, os sites noticiosos não costumam aferir lucro pelo acesso dos usuários ao conteúdo de versões completas ou integrais. “Os jornais estão on-line, e é sob essa forma que as pessoas freqüentemente os lêem. (...) Não se dispõem, contudo, a pagar por

¹¹ Conclusões extraídas da **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios** (Pnad) 2005, referentes ao acesso à internet, segunda a qual: “21,0% das pessoas acessaram a Internet [...] pelo menos uma vez, no período de referência. [...] A idade média da população de 10 anos ou mais de idade, usuária da Internet, situou-se em 28,1 anos. Considerando a população por faixas de idade, verificou-se que a utilização da Internet estava mais concentrada nos grupos etários mais jovens. No grupo de 15 a 17 anos de idade, 33,9% das pessoas acessaram esta rede. [...] O número médio de anos de estudo dos usuários da Internet foi de 10,7 anos, enquanto o das pessoas que não utilizaram esta rede ficou em 5,6 anos. Quanto mais elevado era o nível de instrução, maior foi a proporção de usuários da Internet. [...] O nível do rendimento médio mensal domiciliar *per capita* das pessoas que utilizaram a Internet foi expressivamente mais elevado que o daquelas que não acessaram esta rede. Esse rendimento das pessoas que não utilizaram a Internet ficou em R\$ 333,00, representando $\frac{1}{3}$ daquele dos indivíduos que acessaram esta rede (R\$ 1.000,00)”.

isso” (CASTELLS, 2003, p. 163). Então, uma das formas mais comuns de manutenção dos custos – ainda que pequenos, da estrutura de uma redação de veículo on-line – é a reserva de espaço publicitário¹², com a inserção de *banners*, *pop-ups* e *links* pagos nas páginas de notícias, cobrando por esse serviço de acordo com a quantidade de visitas.

▪ **Interatividade**

Este é um dos principais diferenciais da Internet em relação à televisão, meio de comunicação de massa, em que a informação é transmitida para o público sem que este possa opinar ou interferir no processo de produção.

“Na Internet, a organização não está falando **para** uma pessoa, mas sim conversando **com** ela” (PINHO, 2003, p. 54). O indivíduo pode participar de fóruns, votar em enquetes, comentar notícias, alertar sobre erros, sugerir pautas, criticar o conteúdo, e até enviar seu texto, foto ou vídeo para ser publicado, por isso, “a notícia on-line possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário se sinta parte do processo” (MIELNICZUK, 2002, p. 05). A interatividade oferecida por este suporte digital ainda está em processo de desenvolvimento, pois são inúmeras as possibilidades oferecidas.

▪ **Pessoalidade e dirigibilidade**

Quando o usuário interage com a web, é possível que ele obtenha respostas relativamente rápidas e dirigidas; “o que faz a Internet interativa também faz a comunicação ser muito pessoal” (PINHO, 2003, p. 54). É possível, inclusive, receber material noticioso ou informação sobre atualização dos sites e temas preferidos do usuário, através de um sistema de alerta chamado RSS (*Really Simple Syndication*), que recebe os chamados *feeds*, pequenas chamadas textuais, num programa leitor do código XML (*Extensible Markup Language*).

Além desse serviço, alguns jornais¹³ oferecem ao leitor a opção de receber manchetes dos canais ou editorias de interesse, atualizadas em tempo real, nos celulares, via mensagens de texto no formato SMS (*Short Message Service*), tarifadas na conta telefônica do usuário.

¹² Hoje, alguns grupos de comunicação oferecem um serviço de anúncio simultâneo em jornais impressos e on-line. É o caso do “Classificados do Rio”, da Infoglobo, que permite a divulgação nos diários “O Globo”, “Extra” e no “Globo OnLine”, através da página chamada “Zap”.

¹³ É o caso do “JB On Line” e “Globo On Line”, por exemplo. No entanto, a “Folha On Line” ainda não dispõe desse serviço.

▪ Acessibilidade e memória

Normalmente, a notícia pode ser acessada a qualquer hora do dia, porque está disponível de forma quase permanente, constituindo-se num prático instrumento de documentação. “Na Web, o material elaborado e disponibilizado instantaneamente possui um caráter cumulativo, que o diferencia dos outros meios” (MIELNICZUK, 2002, p. 07).

▪ Receptor ativo

Diferentemente da tv e do rádio, que comunicam para um receptor passivo, na Internet, “a audiência tem de buscar a informação de maneira mais ativa” (PINHO, 2003, p. 55), diante da enorme quantidade de informações ofertadas pelos inúmeros sites noticiosos.

▪ Personalização do conteúdo

Alguns sites noticiosos, como o “Globo OnLine” (Cf. figura 04), já são capazes de oferecer informações adaptadas aos temas de interesse cada usuário¹⁴. A personalização do conteúdo também consiste na “possibilidade de cada leitor estabelecer um percurso individualizado de leitura a partir da navegação pelo hipertexto” (MIELNICZUK, 2002, p. 06).



Fig.04. Menu de opções da seção “Meu Globo On Line”

¹⁴ É o caso do “Globo On Line”, que recentemente inaugurou a seção “Meu Globo On Line”, na qual os leitores cadastrados podem selecionar hierarquicamente os temas de seu interesse, para serem visualizados como se estivessem na primeira página, montando a sua própria capa.

▪ **Convergência**

Essa é uma das características que tem suscitado calorosos debates a cerca do futuro das mídias tradicionais. A convergência digital permite a utilização de diferentes plataformas comunicacionais “na narração do fato jornalístico” (MIELNICZUK, 2002, p. 06), seja ele um texto, uma foto, um áudio ou um vídeo.

3.3 Hierarquia dos links: o trajeto de leitura digital definido pelo usuário

Dentre os recursos apresentados, interessa conhecer mais profundamente o uso jornalístico dos *links* na construção da notícia de formato hipertextual e no entendimento da mudança do perfil de leitura do consumidor da informação. “O leitor de suportes eletrônicos tende a transmitir para o ato de decodificação a velocidade do meio” (VILLAÇA, 2002, p. 63). Prova disso, é que maioria dos internautas só se concentra na leitura da tela por apenas 30 segundos e não estende a leitura quando o texto ultrapassa duas telas (PICCININ, 2001, p. 10).

Utilizando a classificação proposta por Hammerich e Harrison, Pinho descreve os tipos de leitura realizados pelos usuários de Internet:

Leitura superficial. Os leitores movem rapidamente seus olhos sobre a tela do computador para verificar se o material é relevante para as suas necessidades. Similar ao que acontece com um texto impresso, quando um leitor corre primeiro os seus olhos no documento para retirar o que é essencial.

Leitura por varrimento. Se o texto da Web preenche suas necessidades, os leitores vão rapidamente focalizar partes específicas de informação e podem depois fazer a rolagem da tela.

Leitura intensiva. Como no documento impresso, os leitores param, por haverem decidido que o texto é relevante, e lêem uma pequena quantidade de conteúdo para obter uma informação mais aprofundada.

Leitura extensiva. A grande maioria dos usuários não gosta da leitura extensiva on-line e prefere imprimir o texto para ler [...] (PINHO, 2003, p. 192).

Segundo Eduardo Viana (2001, p. 43), quem lê textos na Internet ou está à procura de um assunto específico, ou agiliza a leitura para tentar assimilar a grande quantidade de informações disponíveis, ou ainda, executa uma seleção por não suportar passar muito tempo à frente de uma tela de computador. Todos ou a maioria dos usuários utilizam o processo de leitura por “varrimento”, correndo os olhos pelos textos até que alguma palavra ou frase desperte o

interesse de seguir adiante, mas com concentração. Para que as notícias não se percam em meio às inúmeras informações e conteúdos veiculados na web, é preciso que o jornalista utilize alguns recursos visuais de atração:

[...]Os textos devem vir carregados de elementos que facilitem a varredura. Subtítulos, palavras destacadas e listas são alguns destes elementos. As palavras-chave podem vir com outra tipografia, outra cor ou tamanho, ou ainda, como *hiperlink*. Ainda assim, textos curtos são preferíveis. (VIANA, 2001, p. 43).

Das maneiras existentes de se montar uma narrativa, a hipertextual é a que mais se assemelha a forma como o ser humano lê, pensa e assimila idéias. “O hipertexto é talvez a metáfora válida para todas as esferas da realidade em que significações estejam em jogo” (LÉVY, 1993, p. 25). Mesmo quando a leitura é linear, os indivíduos constroem associações e relações mentais a fim de interpretar o que está escrito.

[...] na verdade temos um hipertexto: o hipertexto está dentro de nós, ou antes, está em nossa capacidade interior de recombinação e atribuir sentido dentro de nossas mentes a todos os componentes do hipertexto que estão distribuídos em muitas diferentes esferas de expressão cultural. A Internet nos permite fazer precisamente isso. (CASTELLS, 2003, p. 166).

“Esta nova escrita eletrônica subverte a leitura linear que normalmente se faz no texto impresso. A navegação pelas páginas da web é feita de forma caótica, com idas e vindas” (VIANA, 2001, p. 45). Portanto, uma leitura realizada no sistema de hipertexto permite que o consumidor da informação assuma maior controle sobre o ato da significação e não seja por ele induzido, como costuma acontecer na narrativa linear.

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou parte de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira. (LÉVY, 1993, p. 33).

Se “um terço dos americanos lê notícias on-line pelo menos uma vez por semana” (CASTELLS, 2003, p. 162), é possível dizer que a leitura multilinear e multiseqüencial, a que os

usuários¹⁵ de internet estão se acostumando, aparecem sob a forma de hipertexto. Em contrapartida, pode-se dizer que a leitura linear e direcionada da narrativa jornalística tradicional está relacionada ao modelo da pirâmide invertida. Embora o hipertexto esteja se destacando pela adequação ao ritmo de vida atribulado dos indivíduos na atualidade, importa analisar até que ponto essas estruturas convencionais de redação estão sendo incorporadas, ou reformuladas, ou aprimoradas, já que “mudanças demográficas e no estilo de vida afetam a forma, o conteúdo e a distribuição dos produtos impressos de mídia” (DIZARD JR., 2000, p. 224).

Fernando Villela sugere um caminho alternativo a ser seguido pelo estilo tradicional de texto jornalístico diante das novas ferramentas trazidas pela Internet, utilizando as idéias de Ítalo Calvino (leveza, rapidez, exatidão, visibilidade, multiplicidade e consistência) e adequando-as a fim de criar um novo tipo de lead, estruturado da seguinte forma: 1) Quem – multiplicidade; 2) O quê – exatidão; 3) Onde – visibilidade; 4) Como – leveza; 5) Quando – rapidez; 6) Por quê – Consistência.

O amadurecimento da prática jornalística na Internet revelou, a partir daí, que para se ter um produto inovador e de qualidade superior ao conteúdo recauchutado, era fundamental alterar criativamente essa matéria-prima, ou produzir um conteúdo perfeitamente adequado ao novo meio. (VILLELA, 2002, p. 162).

Logo, uma aparente oposição se estabelece: o hipertexto seria uma alternativa inversa ou contrária à pirâmide invertida e ao lead? Não é conveniente acreditar que um modelo acabará por extinguir o outro. Ocorre que os jornalistas dos veículos on-line precisam pensar a informação de forma seqüencial, mas também fragmentada, “permitindo que o leitor decida e avance sua leitura do modo que quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear” (FERRARI, 2006, p. 42).

Reformular as técnicas de redação atuais ou adaptá-las para a composição dos textos jornalísticos digitais ou também impressos é uma das necessidades apresentadas pelo perfil do leitor nascido no século XXI, acostumado a ler tela muito mais do que ler papel, que, por consequência, em sua maioria, deseja dominar o processo de codificação através das ferramentas de interatividade.

¹⁵ Se compararmos os dados referentes ao perfil do usuário da Internet com os do público-alvo dos jornais impressos de grande circulação nacional, é possível dizer que se trata de um mesmo grupo social. Dos leitores da Folha de São Paulo, que teve uma distribuição média de 300 mil exemplares em agosto de 2007 (IVC - Instituto Verificador de Circulação), 43% são da classe social B e 29% da A, 23% têm entre 20 e 29 anos e renda familiar de até 10 salários mínimos (Ipsos Marplan - Jul/06 a Jun/07).

A tela informática é uma nova “máquina de ler”, o lugar onde uma reserva de informação possível vem se realizar por seleção, aqui e agora, para um leitor particular. Toda leitura em computador é uma edição, uma montagem singular. (LÉVY, 1996, p. 41).

Com isso, a conclusão mais provável desse processo é a de que, hoje, o leitor pode definir o grau de relevância de cada fato, de acordo com seu repertório de vivências sócio-culturais, estabelecendo uma hierarquia singular, de critérios subjetivos, na interpretação das notícias veiculadas no ciberespaço. “E assim será a leitura de notícias na Internet: de forma caótica. Aqui, o editor é o leitor. É preciso pensar nisso quando se faz um site jornalístico” (VIANA, 2001, p. 45).

4 DESIGN DE NOTÍCIAS E O PREDOMÍNIO VISUAL DAS INTERFACES

Nem só de hipertexto é feito jornalismo on-line. “Podemos representar de várias maneiras a conectividade de um hipertexto. A visualização gráfica ou diagramática é, evidentemente, o meio mais intuitivo” (LÉVY, 1993, p. 38). Por isso, os valores agregados à informação digital e multimídia, em sua maioria, também dependem da construção visual, ou seja, da disposição dos elementos no espaço da tela.

O design de notícias não é exclusivo da Internet tampouco nasceu junto com ela, muito embora, esteja sendo mais utilizado e concebido pelos jornalistas na atualidade. “Hoje, pode-se falar de um jornalismo digital, que amplia, redobra, multiplica o potencial do jornalismo impresso” (ARNT, 2002, p. 01). Desde as primeiras décadas do século XX, os diagramadores têm se apropriado das novas articulações comunicacionais promovidas pelas inovações tecnológicas, ou seja, buscando inspiração nas mudanças do “olhar” e das formas de leitura dos indivíduos, a fim de adaptá-las ao redesenho dos impressos. Um exemplo disso foi o aumento do uso das imagens após a consolidação da televisão e a racionalização do desenho dos jornais devido à influência do Funcionalismo¹⁶ nas artes.

Essa dimensão refere-se às correlações significativas que o receptor faz entre a mensagem e os padrões culturais que acumulou ao longo da vida, pois o conhecimento adquirido influencia a compreensão dos componentes gráficos que constituem a página [...] para as mensagens despertarem a atenção e serem assimiladas são necessários, na programação gráfica do impresso, elementos que façam parte do repertório histórico-cultural da população. (SANTOS, 2005, p. 02).

4.1 O Design Gráfico e as novas tecnologias

Como um jornal não é apenas um repositório de textos factuais e opinativos e a comunicação com o leitor se efetua também a partir da organização gráfico-espacial, “o design assume, então, o papel de mediação entre a informação jornalística e o leitor” (SANTOS, 2005, p. 02), ajudando a compor significados na construção da narrativa.

¹⁶ O Funcionalismo aplicado nas artes gráficas sugere uma formulação consciente do traço, de modo que o desenho atenda a um objetivo comunicacional.

A linguagem jornalística implica uma articulação simultânea das linguagens verbal escrita, fotográfica, gráfica e diagramática. Cada matéria, cada fato, cada unidade no jornal é como uma constelação, onde nenhuma estrela isoladamente tem sentido. (ARNT, 2002, p. 13).

E sob esse aspecto o jornalismo passou por diversas inovações visuais. Basta observar a primeira página de um jornal impresso do início do século XX (Cf. anexo, p. I) e de outro do início do século XXI (Cf. anexo, p. II). Verificam-se nitidamente algumas importantes mudanças, tanto em relação ao uso das cores, quanto na disposição de imagens e títulos. Segundo Nilson Lage (2003), o design possui algumas importantes funções, além de agregar sentido informacional e constituir a identidade do jornal:

No projeto gráfico, a diferença se sobrepõe à semelhança e a novidade se integra na identidade. Ele deve ser capaz de preservar a individualidade do veículo – título – ainda que a disposição dos elementos varie a cada dia. Guarda relação com a realidade social, tanto que, em dada sociedade, podemos presumir a que grupo de leitores se destina. E contém uma infinidade de informações, desde “isto é um jornal” até “tal grupo de letras é mais importante do que aquele outro”. (LAGE, 2003, p. 06).

A Arte Nouveau, o Cubismo, a Pop Art, o Concretismo e a Bauhaus foram algumas das escolas de arte que influenciaram e contribuíram para a atual noção de diagramação e ordenamento visual das publicações, com a valorização e racionalização dos usos geométricos, do alinhamento e dos contrastes entre a mancha gráfica e o branco do papel. “O design precisa estar sempre inventando, estabelecendo, consolidando novas associações entre forma e conteúdo, assim como faz a arte” (SANTOS, 2005, p. 08).

Principais exemplos disso foram: a reforma gráfica implantada por Amílcar de Castro no “Jornal do Brasil” (Cf. anexo, p. III), a partir de 1956, e o trabalho desenvolvido pelo técnico gráfico e chargista Andrés Guevara na concepção do logotipo azul e do desenho das páginas do jornal “Última Hora” (Cf. anexo, p. IV), de Samuel Wainer, no início de 50. Essas reformulações acontecem no momento em que os jornais deixam de ser instituições familiares e amadoras, para se tornarem empresas, profissionalizando a confecção da notícia.

Portanto, essa “consciência” gráfico-visual, que pouco a pouco ganhava espaço na imprensa escrita, também foi resultado da adesão a uma lógica econômico-industrial por parte dos donos de jornais, que passaram a pensar suas publicações como um produto e a primeira página como uma embalagem, principalmente devido ao aumento da concorrência e da

disseminação de conceitos de marketing e publicidade. E, por isso, os diários impressos necessitaram ser visualmente mais atraentes e, ao mesmo tempo, agradáveis à leitura prolongada, para serem vendidos.

[...]O designer gráfico passa a ser pensado em plena era industrial, elaborado pelos teóricos, ensinado e estudado na primeira metade do século passado e completamente repensado nas últimas décadas do século passado, em plena era eletrônica.(PIVETTI, 2006, p. 11)

Outro fator importante é a evolução dos equipamentos fotográficos e das técnicas de revelação e retoque do material capturado. Embora a fotografia seja utilizada em jornais há pelo menos um século, o primeiro equipamento capaz de produzir fotos coloridas surge em 1936¹⁷ e foi fundamental para ampliação da capacidade narrativa da imagem, que deixou de ser apenas “posada” para ser também e, mais ainda, uma “apreensão” do instante real¹⁸.

A fotografia entrou para os jornais diários em 1904, com a publicação de uma foto no jornal inglês, *Daily Mirror*. [...] No entanto a entrada da fotografia no periodismo diário traduz uma mudança significativa na forma do público se relacionar com a informação, através da valorização do que é visto. O aumento da demanda por imagens promoveu o estabelecimento da profissão do fotógrafo de imprensa [...]. (MAUAD, 2004)¹⁹.

Porque “as fotos conferem emoção e movimento à página, sendo um dos componentes gráficos que mais atrai a atenção do leitor” (SANTOS, 2005, p. 06) é que as publicações, principalmente a partir da década de 30²⁰, cada vez mais reservavam espaço para as imagens, por traduzirem fatos praticamente inenarráveis e de grande apelo visual. “A importância da fotografia para o jornalismo está na quantidade de informações nela presente” (SANTOS, 2005, p. 06).

Mas a partir das décadas de 80 e 90, as redações passam a sofrer alterações estruturais a fim de serem informatizadas. Com os computadores, os jornalistas deixam a máquina de escrever e começam a lidar com interfaces de softwares de edição de textos.

¹⁷ A tecnologia das câmeras fotográficas coloridas foi desenvolvida pela Kodak.

¹⁸ Essa é uma das bases teóricas do fotojornalismo atual, idealizado pelo fotógrafo francês Henri Cartier-Bresson, na qual a imagem deve ser a busca pela captura de um instante único e imprevisível. Tal conceito, denominado “momento decisivo”, ainda é utilizado pela maioria dos repórteres fotográficos, principalmente na produção de juízo de valor em relação às imagens produzidas pela imprensa, qualificando-as como sendo jornalística ou não.

¹⁹ Disponível em <http://www.comciencia.br/reportagens/memoria/12.shtml>. Acesso em 24/10/2007.

²⁰ No Brasil, a publicação que revolucionou o uso da fotografia no jornalismo foi a revista “O Cruzeiro”, lançada em 1928 e pertencente aos Diários Associados de Assis Chateaubriand.

Na segunda metade do século XX entramos numa nova etapa da produção gráfica através da composição eletrônica. Terminais de vídeo foram instalados, nas redações de grandes jornais e editoras mudando completamente o hábito desses profissionais. (SOARES, 2002, p. 41).

No início, a maioria das empresas jornalísticas brasileiras²¹ utilizou o sistema operacional *Ms-dos*, em que se digitavam os comandos numa tela preta, de manipulação pouco intuitiva. Somente a partir da década de 90, com a popularização do sistema operacional *Windows*, da Microsoft (companhia comandada pelo magnata da computação Bill Gates), que, como o próprio nome já indicava, transformou os complicados comandos da tela preta, num esquema composto de janelas, setas e botões, aperfeiçoado freqüentemente desde a concepção e popularização das chamadas interfaces gráficas. “A informática e seus aplicativos voltados à programação gráfica conduzem a uma redefinição do desenho dos jornais e das revistas” (SANTOS, 2005, p. 01).

Com a popularização dos computadores, todos os processos de industrialização sofreram radicais transformações, e com as artes gráficas não foi diferente. [...] Diferentemente das transições anteriores, os profissionais com uma mentalidade mais aberta trataram logo de conhecer as novas tecnologias, tornando-se mais do que simples operadores de computadores pessoais, tendo como bagagem profissional todo um conceito de artes gráficas oriundo de antigas experiências pelo método convencional. (COLLARO, 2000, p. 34).

Antes disso, na década de 70, porém, a televisão já havia se estabelecido como principal meio de comunicação de massa brasileiro, modificando hábitos sócio-culturais. O “bombardeio” diário de imagens e notícias fez com que o leitor dos jornais impressos também se comportasse como espectador. “Símbolos e elementos de referência estética na linguagem do vídeo e da televisão passam a ser incorporados na gramática e nas soluções gráficas mais tradicionais” (PIVETTI, 2006, p. 06). A sociedade torna-se predominantemente imagética e os periódicos adotam, mesmo que tardiamente, o uso das quatro cores na maioria das páginas, em que textos dividem espaço com fotos, infográficos e boxes coloridos. O uso dos recursos visuais é

²¹ Nos Estados Unidos a popularização das interfaces gráficas dos sistemas operacionais se deu com *Mac-OS*, da Apple, instalado nos Macintoshs. O *Ms-Dos* funcionava em *personal computers* (PCs), como ainda acontece com as diversas versões do *Windows*, sistema operacional da Microsoft.

explorado à exaustão nesse momento, por jornais como o americano “USA Today” (Cf. anexo, p. V) e o brasileiro “O Dia” (Cf. anexo, p. VI).

Ambos, designer gráfico e jornalismo, têm seus fatos históricos diretamente relacionados àqueles dos avanços tecnológicos. O que significa, também, que os dois são diretamente afetados pelas influências das linguagens das novas tecnologias. (PIVETTI, 2006, p. 13).

Para o design gráfico, a década de 90 e os primeiros anos do século XXI, foram fundamentais, devido ao aprimoramento das ferramentas e pela exploração das possibilidades criativas oferecidas pelos softwares de edição de textos, tratamento de imagens e diagramação profissional das notícias. O espaço de utilização das páginas pelo repórter, antes calculado em paucas, passa a ser realizado diretamente nos complexos programas, que permitem a inserção da matéria e da fotografia, manipuladas simultaneamente pelo próprio autor e no fim do dia selecionadas, cortadas e remontadas no monitor pelo editor de arte e o editor-chefe do jornal. “A grande novidade desse sistema é a ausência de laudas, pois o redator redige o seu texto diretamente no terminal, que lhe dá condições técnicas de correção instantânea” (SOARES, 2002, p. 41).

Na primeira década do segundo milênio, com a popularização do uso da Internet, a sociedade passa ao predomínio visual das interfaces e não mais apenas da televisão. A informação passa a ser disposta conforme as estruturas gráficas de botões, setas e janelas. Surge outro profissional dentro das redações de jornais para colaborar na elaboração dos noticiários digitais: o *webdesigner*. “Veículos tradicionais comumente convidam seus leitores/espectadores a buscarem mais detalhes em seus sites na Internet. Por fim, o *webdesign* tem influenciado o layout de jornais e revistas e a arte dos telejornais” (VIANA, 2001, p. 29).

E assim, a arquitetura dos sites passa a inspirar alguns projetos gráficos de jornais impressos, como forma de facilitar a leitura dos indivíduos acostumados a “navegar” pela rede mundial. Isso porque o design costuma também se apropriar das novas estéticas sociais, a fim de construir modelos de vanguarda. “Observar os fenômenos do jornalismo do século XXI torna-se uma condição imperativa para a sobrevivência de uma mídia mais antiga ou de uma nova” (LARANGEIRA; QUADROS, 2007, p. 04).

A atualização permite também que se possa acompanhar o ritmo acelerado do deslocamento de valores que levam às diferentes linguagens de que a própria estética se serve. [...]

Em termos formais isso se tem manifestado sobretudo nas tentativas de introduzir uma nova ordem (ou desordem) nos projetos gráficos para conseguir um maior dinamismo e criar formas de interatividade que se aproximem da experiência da internet. (PIVETTI, 2006, p. 05).

Conclusões acerca desse processo são, ainda que consistentes, prematuras. Certo é que a cada dia a linguagem gráfica dos jornais se modifica e se atualiza, na expectativa de manter a fidelidade do leitor. Contudo, tais mudanças e apropriações de um veículo de comunicação para outro não são tão lentas e espaçadas como há algumas décadas. Assim como acontece com os sites noticiosos, que buscam constantemente a adesão a novos formatos de interfaces gráficas, os periódicos impressos também tentam oferecer ao seu público-alvo um noticiário cada vez mais ilustrado, dinâmico, performático e intuitivo.

4.2 A arquitetura dos sites de notícias

Segundo a mais recente definição do dicionário Aurélio, interface é “recurso que permite comunicação ou interação entre dois sistemas ou organismos”²². Embora o conceito seja mais comum na área de conhecimento da informática, pode ser utilizado para compreender a comunicação atual, mediada por estruturas como o hipertexto e por uma linguagem gráfica autodescritiva, inspirada no funcionamento das novas tecnologias.

Os tratamentos físicos dos dados textuais, icônicos ou sonoros tinham cada qual suas próprias particularidades. Ora, a codificação digital relega a um segundo plano o tema do material. Ou melhor, os problemas de composição de organização, de apresentação, de dispositivos de acesso tendem a libertar-se de suas aderências singulares aos antigos substratos. Eis por que a noção de interface pode ser estendida ao domínio da comunicação como um todo e deve ser pensada hoje em toda sua generalidade. (LÉVY, 1993, p. 102).

As notícias na Internet aparecem sob vários modelos e formatos, sendo o mais comum encontrá-las em sites de jornais com seus respectivos correspondentes impressos. Mas também podem aparecer nas primeiras páginas de grandes portais de informação, estrutura que se popularizou a partir de meados da década de 90. Em geral, são alimentados por material enviado por agências de notícias ou, raramente, por uma redação própria. Portais como IG e UOL foram

²² Miniaurélio Eletrônico versão 5.12.

pioneiros nessa modalidade de informação em tempo real. Contudo, foram os jornais de papel, com credibilidade adquirida fora do “espaço virtual”, que começaram a conceber um método de se fazer jornalismo on-line, de se arquitetar a informação gráfica e visualmente para telas de computadores.

Assim como para criar qualquer site, os jornais precisam organizar os conteúdos de forma que a leitura seja agradável e ágil, para que o leitor/usuário não perca tempo procurando informação e a fim de fazê-lo retornar sempre. Isso porque é fundamental manter uma média de acessos alta, para atrair mais publicidade, e, por sua vez, mais investimentos na estrutura física e virtual dos webjornais. A fórmula é conhecida, pois os impressos também atuam sob semelhante lógica. E as páginas de notícias na web também precisam seguir um conceito denominado **arquitetura da informação**, que orienta o *webdesigner* na construção e disposição dos recursos de interatividade, usabilidade e navegação.

A estrutura de um site, em termos de navegação, hierarquia do conteúdo e disposição dos elementos interativos, recebe o nome de Arquitetura da Informação (AI). Ela é a base sobre a qual serão construídos todos os demais elementos do site – como forma, função, metáforas, navegação e interface, interação, design [...]. (PINHO, 2003, p. 134).

Existem alguns elementos básicos para a formatação de um site de notícias. São eles:

- seção dedicada aos últimos acontecimentos, atualizada numa frequência média de minuto a minuto ou de hora em hora, dependendo do público-alvo do jornal e se ele é especializado ou generalista;
- uma barra superior com *links* para as principais editorias e um campo reservado para pesquisa de conteúdo. “Nos sites de jornais e revistas, as barras de navegação estão presentes em cada página e oferecem ligações para as diversas editorias (...) ajudando o usuário a decidir o seu caminho na busca de notícia e informação do seu interesse” (PINHO, 2003, p. 143).
- uma ou duas fotos na parte central da tela, acompanhadas de manchetes e *links* para notícias relacionadas ao tema em destaque;
- espaço para *banners* e *links* pagos nas áreas laterais, superiores e inferiores da página;

- uma seção multimídia, em que arquivos de vídeo, áudio e imagem estão disponíveis para o acesso²³ pelos leitores tanto da versão impressa quanto do próprio site, embora, em alguns casos seja cobrada uma tarifa por este serviço.
- um espaço para interação do leitor, em geral, com o expediente da redação, e-mails de contato, telefones;
- em alguns webjornais já é possível encontrar campos para fóruns de discussão, formação de comunidades de interesses e envio de material produzido pelo usuário.

Dentre esses aspectos a serem considerados na criação de um jornal no meio digital é preciso salientar que um dos mais importantes conceitos que orientam a formatação base das notícias on-line, além do já citado hipertexto, é a interatividade. O hipertexto dispõe sobre a concepção do conteúdo da informação e a interatividade sobre a forma que ela irá adquirir a partir do contato com o leitor.

Uma matéria produzida sob os preceitos do webjornalismo permite que o usuário crie seu próprio percurso de leitura e assimilação dos significados textuais e gráficos, oferecendo ainda mecanismos para envio de opinião, comentários ou críticas, estabelecendo ferramentas que ajudem o jornalista a saber quais matérias foram mais acessadas ou mais comentadas, além de permitir que o leitor participe do processo de construção das notícias, enviando conteúdo produzido pelo seu próprio equipamento celular ou fotográfico²⁴.

Tudo isto, deve ser levado em conta no jornalismo on-line dos dias atuais, a fim de fazer o melhor uso possível das possibilidades discursivas da tecnologia digital. E a diagramação pensada sob esses pilares, passa a ser mais intuitiva e acessível a qualquer usuário, com traços simples, cores suaves, imagens de boa qualidade, tipografia popular e no tamanho adequado, símbolos, caixas, janelas, campos e tudo mais que auxilie na visualização multilinear da informação.

É possível concluir que na *WWW*, todos os esforços de desenho devem estar dirigidos à criação de um ambiente gráfico interativo que facilite a navegação *hipermedial*. Esta

²³ A maioria dos jornais on-line apenas permite a visualização dos conteúdos, utilizando ferramentas para bloquear a cópia e o *download* dos arquivos multimídia, a fim de evitar a reprodução ilegal e proteger os direitos autorais dos repórteres, fotógrafos e cinegrafistas.

²⁴ Um fenômeno recente da interatividade no webjornalismo é aquele que concebe o leitor como um jornalista em potencial. O chamado jornalismo participativo, ou *open source*, ou ainda cidadão, é a personificação desse processo. Sites noticiosos como o coreano “Ohmynews”, que é todo constituído de informações audiovisuais, fotográficas ou textuais de leitores, são os principais difusores do conceito. No Brasil, um dos pioneiros é o “Globo OnLine” com a coluna “Eu-repórter”, formada por notícias enviadas, via e-mail, pelos usuários do portal.

deve ser a constante no trabalho dos *webdesigners* e alguns especialistas designam esta preocupação de “princípio de acessibilidade”, que deve buscar a redução ou eliminação dos obstáculos ao entendimento do usuário a respeito da organização e do acesso aos conteúdos dispostos no sítio *web*. Outros denominam este esforço de “critério de *usabilidade*”, que – na mesma intenção – deve gerar arranjos gráficos favoráveis ao entendimento rápido e fácil da parte do visitante da *web*. (QUADROS, Itanael, 2002, p. 12).

Outra palavra-chave para o jornalista e também para o *webdesigner* é usabilidade, nos termos do que estabeleceu Jakob Nielsen²⁵. Segundo ele, não basta que o site seja bem elaborado visualmente, com um projeto gráfico inovador, também é necessário pensar na aplicabilidade e no acesso das ferramentas principais. Ao desenvolver a arquitetura de um webjornal, é necessário “usar e abusar de recursos tipográficos e tecnológicos para melhorar a aparência das páginas. Se um site for bem construído e fácil de ser usado, então os usuários vão clicar menos para achar o que procuram”. (NIELSEN, 1999 *apud* FERRARI, 2006, p. 64).

Em se tratando de sites noticiosos, o fundamental é que um grande número de usuários tenha acesso de forma igualitária à maior quantidade possível de matérias e recursos oferecidos pela página, independentemente de utilizar um computador de baixa performance ou um de tecnologia de ponta. O conceito também está intrinsecamente relacionado à questão das interfaces, como será abordado mais adiante.

4.3 Os recursos de “navegabilidade” dos jornais impressos

Se hoje os indivíduos estão cada vez mais se acostumando a uma leitura multilinear e hipertextual, guiando-se apenas pelos mecanismos simbólicos que auxiliam a construção dos trajetos, já é possível afirmar que o próprio ato de leitura está se transformando em uma “navegação”. O termo foi cunhado a partir do apelido dado aos programas utilizados para acesso à Internet, chamados “navegadores”. A atividade de “visitar” sites, acessar *links*, clicar em botões, enfim, descobrir, pesquisar e conhecer o universo virtual oferecido pela web, também pode ser um dos motivos pelo qual adotou-se tal nomenclatura.

Alguns símbolos tornaram-se populares ou foram criados em função da rede mundial de computadores. Setas, botões, sinal de soma, expressões faciais construídas com sinais de

²⁵ NIELSEN *apud* TEIXEIRA, 2005, p. 02.

pontuação, entre tantos outros, ficaram conhecidos primeiramente nos *chats* (salas de bate-papo) ou em programas de mensagens instantâneas, a fim de facilitar a escrita com o uso do teclado e para evocar a sonoridade da própria fala. Esses símbolos gráficos, no entanto, foram incorporados às estruturas textuais dos sites noticiosos, por serem representativas do próprio meio digital e pelo apelo visual de valor intuitivo. Isto porque são representações gráficas de processos humanos do cotidiano:

Podemos reconhecer na interface do computador a aplicação metafórica de elementos com os quais convivemos fora de seu contexto. Simulamos, através da interface, ações semelhantes àquelas que fazemos no dia a dia, como apertar botões, guardar e separar documentos, filtrar correspondências, limpar lixeiras, pegar, puxar, soltar e arrastar objetos. (TEIXEIRA, 2005, p. 04).

Portanto, recursos de “navegabilidade” são símbolos e estruturas comuns às interfaces gráficas de muitos softwares e *browsers*. Aí também podendo ser incluída uma ferramenta moderna de informação, contemporânea da própria Internet: o infográfico. E os projetos gráficos de alguns jornais e revistas impressos da atualidade estão levando esses elementos para o papel, a fim de tornar a leitura mais agradável.

4.4 Interfaces dos jornais para um leitor multimídia

Observando os diários impressos e os noticiários eletrônicos, é possível encontrar estruturas visuais bastante semelhantes. Isso porque, o padrão gráfico disseminado a partir do uso cada vez mais freqüente dos *desktops* e dos navegadores, tem sido apropriado pelo design de notícias atual, com o objetivo de facilitar a leitura e atrair o consumidor da informação.

Os meios de geração, reprodução e apresentação dos signos visuais mudaram radicalmente num intervalo de tempo relativamente pequeno, causando importantes transformações no modo de execução de um projeto gráfico. (SOARES, 2002, p. 82).

Não é exagero afirmar que a primeira página de um jornal de domingo (Cf. anexo, p. VII) possui um apelo visual muito próximo daquele oferecido ao usuário de Internet. São elementos como caixas coloridas, fotos de grandes proporções, retrancas destacadas por sinais e

símbolos que já caíram no domínio daqueles que passam grande parte do dia diante de um monitor de computador.

Na forma como são construídas, essas interfaces gráficas do jornalismo impresso são uma representação visual do sistema hipertextual e multimídia. Algumas reportagens hoje utilizam recursos como infográficos, boxes com conteúdo extra e marcas de leitura que remetem a arquivos sonoros e audiovisuais disponíveis no site do jornal.

No que toca ao desenvolvimento de interfaces jornalísticas, com o surgimento de novas plataformas para usos da Internet a tendência é que tenhamos uma diversificação da forma de acesso à informação jornalística em disseminação hipermediática. (SILVA JÚNIOR, 2001, p. 02).

Além desses recursos “materiais”, ou seja, que estão explícitos no impresso, conceitos de usabilidade e de convergência, comuns no ambiente virtual da notícia, são levados para a formatação dos projetos gráficos. “(...) usabilidade gira em torno de eficiência interativa. Leva em consideração o conhecimento adquirido pelo usuário para que ele possa lidar com as ferramentas da interface” (TEIXEIRA, 2005, p. 04). É a simplificação e racionalização do uso dos elementos visuais disponíveis, ou seja, uma formatação “consciente” do conteúdo, a fim de facilitar o acesso e a leitura. Segundo Pollyana Ferrari, “a chave para maximizar a usabilidade é empregar um design interativo e que dê mostras de evolução” (2006, p. 62).

Na interface, as formas dizem como querem ser usadas. O design comunica por formas e cores que “dizem” qual será o padrão de interatividade estabelecido entre a interface e a pessoa que está diante dela. Essa interatividade, que é regida por ação e reação, possui eficiência em diferentes níveis de usabilidade. E esta, por sua vez, aumenta, à medida que o projeto gráfico leva em consideração a habilidade que o usuário terá de reconhecer suas formas e cores ao interagir com elas. (TEIXEIRA, 2005, p. 04).

A interface procura mediar a comunicação através de estruturas visuais comuns e intuitivas, visto que são representações materiais de atividades realizadas pelo ser humano; enquanto que a usabilidade pretende tornar o mais simples, ágil e compreensível esse contato do indivíduo com a máquina e, no caso em questão, com os impressos.



Fig.05 – Barra de ferramentas, seletor do mouse (mão), barra de navegação e lixeira, são representações dos movimentos e atividades humanas.

Podemos reconhecer na interface do computador a aplicação metafórica de elementos com os quais convivemos fora de seu contexto. Simulamos, através da interface, ações semelhantes àquelas que fazemos no dia a dia, como apertar botões, guardar e separar documentos, filtrar correspondências, limpar lixeiras, pegar, puxar, soltar e arrastar objetos. [...] hoje, nossos botões na interface gráfica são apenas metáforas dos botões físicos que já conhecíamos acionados pela seta do mouse que nada mais é do que uma extensão de nossa própria mão, ou seja, da nossa tatilidade. (TEIXEIRA, 2005, p. 04).

Mas a grande vedete do webjornalismo e do design de notícias é o infográfico. Esse talvez seja o símbolo maior da mudança da perspectiva de leitura dos indivíduos, em função da velocidade e da quantidade de informações circulantes. “Com a popularização da informação gráfica utilizada pelos jornais impressos, a infografia teve gradualmente sua importância aumentada enquanto complemento para explicar melhor alguns aspectos tratados nos textos” (RIBAS, 2004, p. 03).

O infografismo²⁶ surge para reunir elementos gráficos e textuais, de modo que o público possa compreender esquematicamente determinado assunto sem precisar ler a matéria correspondente. No jornalismo factual e diário, tal recurso é utilizado em ocasiões específicas, ou como complemento da matéria ou como a própria informação. A estrutura básica de um infográfico requer a junção de título, texto-síntese, imagem ou ilustração, ícones e figuras geométricas e, em alguns casos, informação trabalhada no perfil de história em quadrinhos. “O bom infográfico é aquele que produz sentido independentemente da matéria, não é redundante quando acompanha um texto (...)” (RIBAS, 2004, p. 04). Por isso, o fundamental é que o leitor, ao identificar esse recurso na página de um periódico, possa obter todo o conteúdo principal da

²⁶ A revista de variedades “Superinteressante” é uma das pioneiras na exploração do infográfico em meio impresso.

matéria, sem recorrer a ela. Se usada com parcimônia e inteligência, essa ferramenta permite que as perguntas do lead sejam respondidas visualmente.

A infografia tem a função de facilitar a comunicação, ampliar o potencial de compreensão pelos leitores, permitir uma visão geral dos acontecimentos e detalhar informações menos familiares ao público. Percebe-se que os grandes acontecimentos, como guerras, catástrofes e descobertas da ciência, têm merecido um tratamento infográfico maior nos meios de comunicação. (RIBAS, 2004, p. 04).

No jornalismo digital, o infográfico tem suas dimensões sensoriais ampliadas pela inclusão de sons e imagens em movimento, podendo ser chamado de **infografia multimídia**, pois “encaixa-se perfeitamente como modelo específico de composição de notícias na Web, oferecendo ao usuário todos os elementos de uma notícia potencializada pelas características do meio” (RIBAS, 2004, p. 10). Embora esbarre nas limitações do suporte papel, esse recurso tem sido muito utilizado nos impressos, desde as editorias de política e cidade, até as de ciência, cultura e economia (Cf. anexo, p. VIII).

Apesar do infografismo ser um dos grandes exemplos dessa influência visual-estilística das interfaces digitais nos jornais impressos, também é preciso atentar para o fato de que algumas das principais colunas sociais e de variedades dos diários são também parte dessas mudanças no perfil de leitura, por introduzirem um modelo dinâmico e fragmentado de jornalismo.

Entre as mais conhecidas, estão as colunas diárias dos jornalistas Ancelmo Góis e Joaquim Ferreira dos Santos, ambos do “O Globo”, a da também jornalista Mônica Bergamo (Cf. anexo, p. IX) da “Folha de São Paulo”. Com textos leves, pequenos e títulos fortes, as notas são dispostas e alinhadas vertical ou horizontalmente, conforme o tamanho e a importância de uma ou duas imagens. O consumidor da informação, portanto, pode escolher por onde começar a leitura, de forma multilinear, saltando de um bloco de texto para outro, sem que haja perda do sentido, pois, em geral, não existe relação temática entre as notas. Em algumas ocasiões, entretanto, fazem uso de um único assunto ou personalidade, apresentado de maneira fragmentada e ao mesmo tempo permitindo que o leitor escolha como quer orientar sua leitura – linearmente, em sequência, ou aleatoriamente.

Colunas como essas existem há algum tempo, principalmente em revistas, mas a ampliação de seu uso pelos jornais, que têm inserido formatos semelhantes até nas editorias de

política e economia, indica uma preferência por um modelo de jornalismo mais próximo daquele praticado na Internet. Embora uma das características principais dos webjornais seja a construção hipermidiática da notícia, é a redução da massa textual e a superficialidade das informações oferecidas de maneira fragmentária que tem cada vez mais influenciado os impressos. Talvez seja possível concluir que, se os jornais tradicionais estão optando por estruturas textuais de leitura multilinear, é para oferecer um conteúdo mais agradável e condizente com o perfil contemporâneo do seu público-alvo.

As interfaces dos periódicos impressos reproduzem ou apreendem aspectos e conceitos do meio digital, tanto na escolha dos traços geométricos quanto na disposição dos elementos visuais, como fotos, ilustrações e tipografia. Cada ícone gráfico possui uma função de leitura, pensada dentro de um leque de opções das formas mais populares e compartilhadas na comunicação cotidiana, que nos dias atuais é cada vez mais mediada por computadores.

5 O JORNAL DE PAPEL NA ERA DOS VEÍCULOS ON-LINE

“Qual é o papel do jornal de papel?”, indagava uma campanha publicitária do lançamento da última grande reforma gráfica do jornal “O Dia”. O anúncio estava presente em outdoors espalhados pelo Rio de Janeiro, de forma a questionar os indivíduos sobre a atual função dos impressos diante das transformações tecnológicas.

A resposta, na opinião dos publicitários, estava na nova apresentação visual do jornal, mais dinâmica, com uma nova logomarca e tipografia com um traço semelhante às fontes tradicionalmente usadas em monitores de equipamentos eletrônicos. Mas, no campo acadêmico e nas redações jornalísticas, ainda paira uma grande dúvida em relação ao futuro do suporte de papel.

Geralmente, quando se especula muito sobre uma instituição, uma organização ou um objeto de conhecimento qualquer, é que o alvo do exame está em crise, quando não simbolicamente morto. O objeto de ciência é tanto melhor, e mais exato, quanto mais morto, espacializado, *in vitro* se apresenta. (SODRÉ, 2006)²⁷.

Se hoje o internauta pode ter acesso a uma infinidade de informações, sejam elas relevantes ou não, verdadeiras ou não, e, sendo a internet, especificamente, os webjornais, uma espécie de banco de dados cumulativo e atemporal, qual seria a função mais conveniente e adequada para a informação veiculada nos periódicos impressos?

Importa pensar – após a análise detida das influências conceituais e simbólicas da rede mundial de computadores na produção e construção da narrativa jornalística – como os periódicos impressos, com suas limitações materiais específicas, estabelecerão um diálogo com o leitor capaz de transpor das barreiras da tinta e do papel, a fim de oferecer um noticiário cada vez mais multimidiático e hipertextual.

5.1 Estrutura das páginas impressas e suas limitações

Os principais diários impressos brasileiros da atualidade e de circulação nacional, como “Folha de São Paulo” e “O Globo” são apresentados sob o formato impresso *standart*, com seis ou sete colunas, tipografias e desenhos bastante homogêneos e semelhantes entre si. Como

²⁷ Artigo **Impressos em crise: aflição do jornal de papel**, publicado no site “Observatório da Imprensa”.

suporte de notícias, o papel utilizado por esses grupos de comunicação, possui limitações estruturais, que são mais evidentes hoje, em virtude do surgimento de modalidades digitais e interativas de apresentação do conteúdo jornalístico. “A versão em papel está limitada ao plano físico, mas amplia o seu alcance com uma versão na web” (LARANGEIRA; QUADROS, 2007, p. 05)

Muito embora, os jornais impressos estejam empenhados em oferecer ao leitor um “ambiente” semelhante ao da internet, em termos de diagramação e construção textual, a inserção de elementos de dinamização e movimento ainda esbarram no fato de que as tradicionais fibras de celulose, na maioria dos casos, só recebem informação mediante o uso de tinta.

Para adaptar conceitos de um meio eletrônico, formado de elementos virtuais ou imateriais, os jornais de papel, compostos de informações “tangíveis”, buscam alternativas criativas e conscientes, e, simultaneamente, introduzem a discussão sobre a finalidade discursiva da notícia veiculada nos diários tradicionais.

Dentre as principais limitações do papel, é possível identificar a questão do difícil manuseio das páginas, em função do tamanho e da disposição, predominantemente, vertical dos textos e imagens; ou o fato de o suporte impresso possuir uma obsolescência inerente, devido ao novo ritmo de produção interminável de notícias; além do aspecto espacial, que impõem um processo de seleção mais preciso dos assuntos a ser publicados, enquanto na web, *a priori*, as informações podem ser integralmente inseridas. Segundo Silvia Moretzsohn, “opera-se aí uma alteração significativa: ‘jornalismo’ passa a se chamar ‘conteúdo’, palavra que define agora o que os repórteres devem produzir para se adaptar a todos os veículos da empresa” (MORETZSOHN, 2002, p. 138).

Contudo, estruturas como *links*, boxes, ícones habitualmente utilizados no meio eletrônico, barras coloridas etc. já fazem parte da diagramação “intuitiva” de alguns jornais, como o carioca “O Dia” (Cf. anexo, p. X), o esportivo “Lance” (Cf. anexo, p. XI) e o nacional “Folha de São Paulo”, que será examinado ainda neste capítulo. Os usos narrativos desses elementos para a construção da notícia, que dialoga com a versão digital do impresso, é fundamental para compreensão da adequação de conceitos como usabilidade e navegabilidade na formatação das páginas, frente às limitações características do veículo impresso.

5.2 “Links de tinta”: referências ao conteúdo digital

Uma leitura detalhada dos aspectos gráficos presentes no layout padrão de determinadas publicações, permite a identificação de alguns símbolos extraídos da linguagem eletrônica. “No Brasil, a influência da mídia digital sobre a imprensa também está presente na renovação da diagramação, que utiliza *links* em um texto principal para criar novos boxes” (LARANGEIRA; QUADROS, 2007, p. 11). Por isso, os exemplos abaixo foram retirados da “Folha de São Paulo”, um jornal declaradamente inspirado na Internet como forma de adaptação ao novo perfil²⁸ do leitor do século XXI.



Fig.06 – Barra verde para identificar a editoria “Brasil” e boxes também em tom de verde para anunciar matérias.

As caixas coloridas com pequenas retrancas em “caixa alta” são muito semelhantes aos *links* dos webjornais, para transmitirem ao leitor a sensação de que ele está “acessando” aquela notícia quando se dirigir às páginas indicadas. Porém, o elemento >>, utilizado na internet tanto para destacar hipertexto quanto como recurso de ornamentação de sites, no impresso serve para fazer o elo entre a chamada e a imagem de referência.



Fig.07 – Editoria “Esporte” identificada pela cor laranja e barra menor indicando o resultado acessível na web.

²⁸ De acordo com pesquisa divulgada no dia 11/11/2007 pelo Instituto DataFolha, o leitor da “Folha de São Paulo” é formado, majoritariamente, de pessoas entre 23 e 49 anos, com superior completo, pertencente às classes A e B e usuários de internet.

O mesmo elemento aparece na abertura do caderno de esporte, mas agora com o objetivo de sinalizar o site a ser consultado pelo leitor que queira conhecer o resultado do jogo do dia anterior, encerrado após o fechamento daquela edição do jornal. Este é um exemplo de “link de tinta”, no qual o periódico impresso estabelece um diálogo direto com a sua versão on-line, que neste caso funciona como espaço de complementação da informação publicada no papel.



Fig.08 – Exemplos de “links de tinta”.

Ainda mais explícitos são os trechos do jornal selecionados no quadro acima, nos quais se faz referência imediata e clara ao conteúdo adicional disponível no veículo da internet, permitindo que o leitor amplie a informação adquirida no impresso.



Fig.09 – Símbolo de soma, usado como *link* de entrada diferenciada no texto da matéria: apresentação do conteúdo histórico do acontecimento.

O sinal de soma é utilizado para indicar que a matéria “Planalto tentou fazer CPMF permanente” está relacionada com a reportagem principal pelo aspecto histórico, no formato de informação complementar, por isso, a retransca está marcada pela palavra “memória”. Associando essa forma de leitura ao dos jornais na internet, pode-se afirmar que esta é uma tentativa do

impresso reproduzir os *links* e proporcionar ao leitor entradas textuais não-lineares, numa espécie de materialização do hipertexto nas páginas de papel.



Fig.10 – “Saiba mais”: materialização do hipertexto no papel.

Enquanto que na “Folha On Line”, no ranking das matérias mais lidas, mais curiosas ou mais enviadas, o sinal de soma é utilizado para que o leitor faça a imediata referência simbólica de valorização do conteúdo, comprovando que tal uso está associado ao meio eletrônico e não ao impresso, mas passa a compor os “links de tinta” com a diagramação inspirada no veículo digital.

+lidas	+curiosas	+enviadas
1. Zapping - Helen Ganzarolli tem ataque de estrelismo no SBT		
2. Incêndio atinge favela na zona sul de São Paulo		
3. Doméstica é condenada por morte de universitária em Brasília		
4. Spice Girl pensa em deixar grupo em breve, diz revista		
5. Blog do Josias: Planalto ganha de 13 a 9 na 1ª batalha sobre a CPMF		

Fig.11 – Seção de notícias mais lidas, curiosas e enviadas da “Folha On Line”.

Além do símbolo de adição, a “Folha de São Paulo” também faz uso freqüente do sinal de exclamação entre colchetes, para destacar matérias com imagens de caráter apelativo ou sobre assuntos inusitados, como neste exemplo:



Fig.12 – “Foco”: matéria sobre temas curiosos e com boas imagens.

Todos esses ícones facilitam a “navegação” do leitor pelas páginas do veículo impresso, funcionando como o cérebro humano no ato de pensar, em que diversas “janelas” mentais são abertas durante a leitura e associações das mais diversas são realizadas. É a externalização dos elementos cognitivos para dentro da tela do computador (KERCKHOVE, 2007)²⁹.

5.3 A influência da internet no projeto gráfico da “Folha de São Paulo”

Em maio de 2006, a “Folha de São Paulo” lançou um novo projeto gráfico, coordenado pelos editores de arte e conteúdo do jornal com a consultoria do renomado designer Mario Garcia. O objetivo inicial era atender a um compromisso do Grupo Folha de renovar o visual das páginas a cada seis anos. No entanto, foi além do simples cumprimento de prazos, que a nova diagramação buscou no design das notícias on-line inspiração para criar uma identificação com o leitor dos dois meios.

²⁹ Palestra ministrada dia 05 de novembro de 2007, sobre “Novos hábitos de leitura na cibercultura”, na Fundação Biblioteca Nacional (Rio de Janeiro).

Sobre esse aspecto, Massimo Gentile, editor de arte da “Folha de São Paulo” falou à repórter Patrícia Paixão, da revista “Professional Publish: “Não queríamos que o leitor tivesse um grande impacto com as mudanças, perdendo a identificação com o jornal. O objetivo foi que ele percebesse apenas que a Folha estava mais bonita e prática em **usabilidade**”.

A proposta tenta encontrar um meio termo entre um diário dinâmico e atento aos novos hábitos de leitura contemporâneos e um periódico analítico e interpretativo, com informações mais contextualizadas voltadas para a formação cultural dos indivíduos. Por isso, o conceito base do projeto gráfico acabou virando o *slogan* de lançamento: “Um jornal em duas velocidades – 50 minutos: mais **conteúdo** e 5 minutos: mais **navegação**”.

Em entrevista à “Folha On Line”, por ocasião da estréia do novo visual do impresso, o designer Mario Garcia disse ter pensado nas mudanças dos padrões de leitura e na presença mais constante da internet na vida dos indivíduos, durante o processo de concepção do redesenho das páginas do impresso.

Não apenas a intenção do uso de conceitos da internet estava expresso nos ícones, nos símbolos, nos boxes, nas barras coloridas, e nos “links de tinta” do papel, como também nas palavras usadas pelos responsáveis pelo projeto: **usabilidade**, **conteúdo**, **navegação**. Conceitos próprios do ambiente digital foram apropriados pelo meio impresso, revelando o impacto da influência da internet sobre os indivíduos e as instituições tradicionais, como o jornal de papel.

5.4 A função do jornal impresso: profundidade ou complementação?

Desde o surgimento da internet, profissionais e estudiosos da comunicação discutem a provável morte do veículo impresso, da mesma maneira que pensavam ser a televisão a grande ameaça do século XX. Porém, como já foi comprovado pelos meios de massa surgidos antes da rede mundial de computadores, pode até existir concorrência num primeiro momento, para em seguida os veículos tradicionais exibirem transformações, reformulações e adaptações que permitam uma convivência pacífica com a nova tecnologia.

Os jornais impressos, [...], têm vida longa. Sofrerão mudanças, talvez mudanças radicais, mas sobreviverão sem aperto. E não estou sozinho nesta avaliação. Os empresários da comunicação, entre eles os pioneiros, aqueles que souberam enxergar o futuro onde o comum mortal era

míope, estão firmes apostando dinheiro – e dinheiro alto – em seus jornais. (KHAMMEL, 1997)³⁰.

Quando o jornalismo on-line estabeleceu sua linguagem própria, a polêmica deixou de focalizar o desaparecimento do formato noticioso em papel, para dar lugar a questão da função dos diários tangíveis diante da vasta oferta de conteúdo digital, tendo em vista, também a transformação dos padrões e hábitos de leitura contemporâneos.

Na opinião do professor Derrick De Kerckhove, diretor do programa “McLuhan em Cultura e Tecnologia da Universidade de Toronto”, que acredita na necessidade de existência de suportes fixos de escrita para o desenvolvimento e formação intelectual dos indivíduos, “os jornais de papel e o meio impresso tem se adaptado [aos novos hábitos de leitura e a presença das novas tecnologias digitais] com o oferecimento de serviços on-line”.

Segundo o jornalista Alberto Dines, autor de uma das obras de referência sobre a reformulação funcional do jornalismo impresso na época da crise de comercialização e distribuição do papel no mundo, esses “veículos não se extinguem, transformam-se” (1986, p. 42).

Ao que tudo indica, os jornais impressos não vão desaparecer, pelo menos a médio prazo, principalmente porque eles ainda são os grandes responsáveis pela maioria esmagadora dos lucros das companhias jornalísticas. Além disso, os jornais tradicionais podem conviver sem nenhum problema com as suas versões digitais, através de uma relação de parceria onde um pode auxiliar o outro. (MANTA, 1997, p. 40).

Para Nilson Lage, no entanto, ainda existe uma dificuldade de relacionamento do jornal tradicional com a internet, devido à falta de um conteúdo diferenciado e atrativo em relação às notícias já publicadas em tempo real:

A adaptação das técnicas produtivas a esses novos cenários não deixou de ser traumática. Nas áreas de maior tradição – jornais impressos – seguramente –, a resistência era – e é – forte. Na maioria dos casos, as notícias dos diários avançam o mínimo em relação a informações já difundidas por rádio, televisão e internet. (LAGE, 2006, p. 52).

O jornalista Ali Khammel também acredita que os jornais impressos devem aderir a uma nova postura em relação à maneira de preparar a notícia, diferente daquela que a maioria dos

³⁰ Palestra proferida por Ali Khammel, quando era editor-chefe do “O Globo”, no III Congresso Internacional de Jornalistas de Língua Portuguesa.

repórteres estão acostumados, ou seja, mais contextualizada, que faça o leitor compreender as implicações e conseqüências de determinado acontecimento.

Aos jornais, resta o talvez fundamental: a explicação do fato, a sua interpretação, a sua análise, os seus efeitos. Não se trata de fazer um jornal intelectualizado, para as elites, mas um jornal que, com linguagem acessível, possa com clareza dar ao leitor médio os desdobramentos das notícias. (KHAMMEL, 1997).

Esse pensamento também reflete uma crença pelo senso comum no caráter educativo dos periódicos, por sua tradição em contar e participar como ator social da construção histórica dos fatos. Talvez por isso, mesmo que se especule sobre sua extinção, ainda não existem argumentos suficientemente capazes de desbancar o espaço ocupado pelos impressos na cultura da sociedade atual, como um lugar de expressão material dos embates discursivos pela busca do poder. “O jornal – o mais legítimo e duradouro veículo impresso depois do livro – condicionou o ser humano contemporâneo a um processo de saber. E ele não vai abrir mão de suas vantagens”. (DINES, 1986, p. 77).

Porém, de acordo com essa lógica, os impressos têm uma função intrínseca de fornecer dados analíticos e interpretativos em torno de assuntos e temas já conhecidos do leitor informado pela internet. “A veiculação impressa complementará os estímulos da veiculação eletrônica” (DINES, 1986, p. 81).

Outras são as novas exigências de enfoque, conteúdo e abrangência que os textos dos jornais diários devem assumir em decorrência da revolução ocorrida na área da informação. A televisão e a democratização do uso do computador, disponibilizando a informação instantânea em tempo real, impuseram, para os jornais a necessidade de uma mudança na maneira de contar. Os textos diários terão que expor uma reflexão, mais ampla sobre o fato, incorporando pesquisa, interpretação, opinião, massa crítica e um trabalho de apuração maior do repórter. (CALDAS, 2002, p. 29).

No entanto, talvez não seja mais oportuno pensar os veículos digitais como uma mera ferramenta de disseminação superficial de notícias, principalmente pelas inúmeras possibilidades informativas disponíveis e em formatos variados (som, texto, imagem), permitindo o acesso até mesmo a dados primários, como a íntegra de uma entrevista gravada ou resenha de livros.

Hoje já é evidente que a internet não pretende substituir o tradicional jornal de papel na concorrência por leitores. Tanto que os donos dos dois diários de maior circulação no Brasil

anunciaram uma parceria para em breve reunir os acervos digitalizados dos concorrentes “O Globo” e “Folha de São Paulo” num só banco de dados eletrônico, acessível a qualquer leitor³¹.

Veículos digitais e impressos estão cada vez mais voltados para a interação com seus leitores – que na prática trata-se quase de um mesmo público – adotando posturas colaborativas em termos de segmentação e oferta de conteúdo. “A versão em papel tem duração limitada, mas o seu ciclo de produção continua por conta do diário na web” (LARANGEIRA; QUADROS, 2007, p. 05).

Provavelmente o caminho a ser seguido não é o da disputa por consumidores, mas sim o de convergência entre papel e tela. E quando se pensa em convergência digital, a maioria dos indivíduos acredita na extinção dos meios tradicionais em detrimento da emergência de uma única mídia capaz de fornecer todo os formatos de informação.

Na verdade, os meios de comunicação tradicionais não desaparecerão, mas sim reformularão suas técnicas narrativas, tendo em vista a velocidade de circulação dos bens simbólicos na sociedade contemporânea e a necessidade expressa pelo ser humano de “conectar-se” durante o máximo de tempo possível com as notícias, seja através de uma edição impressa de jornal, seja pelo celular com torpedos das principais manchetes da editoria preferida, seja ainda pela internet do escritório ou de casa, e, quiçá, no futuro, pela televisão digital.

³¹ Anúncio feito pelo jornalista Chico Otávio durante palestra realizada na Escola de Comunicação da UFRJ, em 11 de setembro de 2007.

6 CONCLUSÃO

Os conceitos de navegabilidade e usabilidade, surgidos no contexto da informática, hoje podem ser empregados em diversas áreas do conhecimento humano, porque o acelerado ritmo de vida e a valorização da informação fazem da sociedade contemporânea, essencialmente, comunicacional e global. Os indivíduos têm suas rotinas de trabalho alteradas, em função da conexão via internet e celular, quase em tempo integral, passando maior parte do dia diante de monitores de diversos tamanhos e tipos. Por isso, interagir e buscar informações através das ferramentas tecnológicas está se tornando um costume para a maioria das pessoas.

As mídias tradicionais, como televisão, rádio e jornal impresso, não cruzaram os braços quando se viram ameaçados pela concorrência de um novo meio como a internet, que alterou até mesmo o modelo de comunicação de massa vigente (informação produzida por um meio para muitos consumidores). O público de leitores ou espectadores também corresponde a uma parcela significativa de internautas, ao mesmo tempo receptores e produtores de conteúdo, cada dia mais predispostos a procurarem a notícia que lhes interessa e da maneira que lhes é mais adequada.

Pensando nessas mudanças, já é possível notar uma tímida reação dos diários impressos. Embora a “Folha de São Paulo” tenha sido a pioneira em admitir a influência da internet em sua nova diagramação, outros veículos, porém, apesar de nitidamente semelhantes às características visuais do webjornalismo, ainda não mencionam os conceitos da rede mundial como fonte de suas inspirações gráfico-discursivas.

Isso se deve, talvez, a uma certa indefinição e incerteza quanto à administração dos impressos em meio à quantidade de informação acessível na tela dos computadores conectados à web. O caminho mais provável de ser explorado pelo jornal de papel é o do oferecimento de mais reportagens, mais conteúdo interpretativo, contextualizado e analítico, como base nas suas peculiaridades e limitações. Manusear um diário impresso, mesmo que complicado pelo tamanho da folha, ainda é mais confortável do que a leitura realizada em monitores, que provocam cansaço visual. Mas os veículos digitais também estão atentos para essas questões, por isso, nota-se que, pouco a pouco, a quantidade também é substituída pela qualidade na produção do material noticioso on-line. Exemplo disso são as matérias produzidas em formato “especial”, sobre assuntos específicos, como petróleo e Mercosul.

Da mesma forma com que os impressos repercutem conceitos da internet, esta, por sua vez, também sempre apreendeu modelos e rotinas típicas do impresso. Esse compartilhamento de idéias gráficas e de tipos de texto é a tendência atual das mídias, como forma de garantirem sua sobrevivência numa era em que as tecnologias alteram sensivelmente o modo de olhar dos indivíduos.

A expectativa inicial de observação, apuração e confecção desta monografia era de comprovar uma hipótese pouco pensada na esfera acadêmica: a possibilidade de uma nova modalidade de jornalismo, ainda em franca expansão, influenciar a tradicional imprensa de papel. E este propósito foi alcançado, na medida em que permitiu até mesmo pôr em discussão a necessidade e a permanência do jornal impresso no cenário comunicacional da sociedade contemporânea.

Visto que o aprofundamento de determinadas questões teóricas demanda mais tempo de pesquisa e mais páginas a serem redigidas que o recomendável a uma monografia de graduação, as considerações apresentadas ao longo deste trabalho indicam muitas possibilidades de exploração acadêmica do tema.

A partir da identificação dos novos hábitos de leitura dos indivíduos diante da presença da internet como meio de comunicação, será possível teorizar e levantar diferentes hipóteses sobre o comportamento dos veículos antigos em relação às novas necessidades de codificação apresentadas por seus consumidores.

Entre as outras possíveis abordagens deste tema, está a questão econômica de manutenção das empresas de comunicação impressa. Mesmo que os grupos hoje responsáveis pelos jornais de maior circulação no país também sejam donos de sites noticiosos, urge entender como administram e compartilham o conteúdo e a publicidade e se essas relações perdurarão.

Modifica-se o modo de produção e reformula-se o próprio conceito de matéria-prima do jornalismo na era digital. Agora, o repórter deve ser multimídia, produzindo em diferentes plataformas que demandam o conhecimento de suas respectivas linguagens. E aí reside um outro caminho de pesquisa: os textos do impresso e do on-line e as matérias para televisão e rádio ficarão mais homogêneos e descaracterizados?

Além desses pontos, também seria fundamental avaliar em que medida os jornais impressos ofertam aos leitores um conteúdo realmente mais interpretativo do que os veículos on-line, tendo em vista a ascensão de sites e blogs, explicitamente, dedicados à análise de questões

políticas e econômicas. Embora a internet tenha trazido tantas inovações para esta profissão, impondo até mesmo uma revisão ética de sua deontologia, será que o jornalista está preparado para mensurar a dose de subjetividade e de editorialização adequados, sem incorrer no risco de supervalorização política do conteúdo em detrimento da informação veiculada nos impressos auto-intitulados “imparciais”?

Portanto, verifica-se que as hipóteses iniciais comprovadas por esta monografia permitirão a reflexão sobre muitas abordagens relevantes para a prática e estudo da imprensa. A bibliografia sobre jornalismo digital, embora já conte com alguns exemplares de referência acadêmica, está por ser produzida e as contribuições mais significativas surgem de idéias embrionárias como essa.

REFERÊNCIAS

Livros:

CALDAS, Álvaro (Org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da Internet**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **A Sociedade em Rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume 1. Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. 4. ed. rev. ampl. São Paulo: Summus, 2000.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. 8. ed. rev. ampl. São Paulo: Summus, 1986.

DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide invertida – para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987. Disponível em: <http://www.adelmo.com.br/index3.htm>. Acesso em: 23 set. 2007.

INTERFACE. In: FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Eletrônico**, versão 5.12, 2004, 6. ed. rev. ampl.

LAGE, Nilson. **A Estrutura da Notícia**. 6. ed. rev. ampl. São Paulo: Ática, 2006.

_____. **Linguagem Jornalística**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2003.

LESSA, Washington Dias. **Dois estudos de comunicação visual**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **O que é virtual?** Tradução: Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Manual de jornalismo na internet: conceitos, noções práticas e um guia comentado da principais publicações jornalísticas digitais brasileiras e internacionais**. Salvador: Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 1997. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm. Acesso em: 07 jul. 2007.

_____. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra/UFBA, 2003.

MANTA, André. **Guia de jornalismo na internet**. Bahia: Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/index.html>. Acesso em: 13 nov. 2007.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação**. São Paulo: Contexto, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. São Paulo: Revan, 2002.

NEGROPONTE, Nicholas. **Vida Digital**. São Paulo: Amazon Books, 1996.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção do jornalismo on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PRIMEIRA Página: Folha de São Paulo. 6. ed. São Paulo: Publifolha, 2006, 240 p., somente il.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

VIANA, Eduardo de Carvalho. **Para um manual de redação do jornalismo on-line**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2001.

VILLAÇA, Nízia. **Impresso ou eletrônico? Um trajeto da leitura**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

Artigos:

ARNT, Hérís. **Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais**. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 25., 2002, Salvador. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/xxv-ci/np02/NP2ARNT.pdf>. Acesso em: 10 set. 2007.

CASTILHO, Carlos. **“Webjornalismo: o que é notícia no mundo on line”**. In RODRIGUES, Ernesto (org). *No próximo bloco... O jornalismo brasileiro na TV e na internet*. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Edições Loyola, 2005.

KHAMMEL, Ali. **Vida longa para os jornais impressos**. In: Congresso Internacional de Jornalistas de Língua Portuguesa, 03., 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pretextos/khammel.html>. Acesso em: 13 nov. 2007.

LARANGEIRA, Álvaro Nunes; QUADROS, Cláudia Irene de. **Assim caminha o jornalismo do século XXI: do digital ao neo-analógico**. In: XVI Encontro da Compós, Curitiba/PR, junho, 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_239.pdf. Acesso em: 07 ago. 2007.

MAUAD, Ana Maria. **Olho da história: fotojornalismo e história contemporânea**. Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/memoria/12.shtml>. Acesso em: 24 out. 2007.

MIELNICZUK, Luciana. **A pirâmide invertida na época do webjornalismo: tema para debate**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25., 2002, Salvador. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_mielniczuk_piramides_invertidas.pdf. Acesso em: 01 set. 2007.

_____. **Características e implicações do jornalismo na web**. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 01 set. 2007.

MORAES, Francilaine Munhoz de. **Discurso Jornalístico On Line**. In “Comunicação e Espaço Público”. Ano VII, n. 1 e 2, 2004. Disponível em: http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2004/12_franci.pdf. Acesso em: 10 set. 2007.

PICCININ, Fabiana. **O Texto Jornalístico On-Line: um estudo sobre a linguagem da notícia na internet**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 24., 2001, Campo Grande/MS, Anais... São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4374/1/NP2PICCININ.pdf>. Acesso em: 01 set. 2007.

PIVETTI, Michaella. **O diálogo gráfico/editorial: projeto gráfico e hipóteses de trabalho**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/17532>. Acesso em: 18 out. 2007.

QUADROS, Cláudia Irene de. **Uma breve visão histórica do jornalismo on-line**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25., 2002. Bahia. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/18639>. Acesso: 17 ago. 2007.

QUADROS, Itanael. **Considerações sobre o planejamento visual-gráfico de páginas da web**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25., 2002. Bahia. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/2002/np08/NP8QUADROS.pdf>. Acesso: 20 out. 2007.

RIBAS, Beatriz. **Infografia Multimídia: um modelo narrativo para o webjornalismo**. In: Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, 2004. Bahia: Facom, 2004. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_infografia_multimidia.pdf. Acesso em: 31 ago. 2007.

SANTOS, Marielle Sandolovski. **Design de notícias: uma questão holística**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-marielle-design-de-noticias.pdf>. Acesso em: 29 set. 2007.

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. **Relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso**. Pernambuco: UFPE, 2001. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.html>. Acesso em: 29 set. 2007.

SODRÉ, Muniz. **Impressos em Crise: a aflição do jornal de papel**. In: Observatório da Imprensa, 27/03/2006. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=374IMQ003>. Acesso em: 06 nov. 2007.

SOUZA, Danielle A. **A internet como suporte jornalístico em Aracaju: adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia**. Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol VIII, n. 2, Maio-Ago 2006. Disponível em: http://www.eptic.com.br/portugues/Revista%20EPTIC%20VIII-2_DanielleSouza.pdf. Acesso em: 01 maio 2007.

TEIXEIRA, Lauro Henrique de Paiva. **Usabilidade no design de interface: uma questão semiótica da comunicação**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/16851>. Acesso em: 29 set. 2007.

VILELLA, Fernando. **O lide do próximo milênio**. In: CALDAS, ÁLVARO (Org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da Internet**. Rio de Janeiro: PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

Monografias, dissertações e teses:

PEREIRA, Luís. **O adiantado do minuto: a internet e os novos rumos do jornalismo**. Monografia de graduação. Rio de Janeiro: Faculdades Integradas Hélio Alonso, 2002. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/pereira-luis-novos-rumos-do-jornalismo.html>. Acesso em: 25 ago. 2007.

PIVETTI, Michaela. **Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso: a linguagem jornalística e a experiência nacional**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2006. Disponível em: http://poseca.incubadora.fapesp.br/portal/bdtd/2006/2006-me-pivetti_michaela.pdf. Acesso em: 15 ago. 2007.

SOARES, Fernando Luiz Neves. **O design gráfico e o novo codex: interfaces da contemporaneidade**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação/Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

TORQUATO, Ricardo Cassiolato. **Jornalismo digital: a forma e a produção da notícia**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de Marília, 2005. Disponível em: <http://www.unimar.br/biblioteca/acervo/descricao.php?exemplar=10396>. Acesso em: 13/08/2007.

Publicações seriadas:

Leitor da Folha está no topo da pirâmide social brasileira. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, Brasil, p. A16, 11 nov. 2007.

PAIXÃO, Patrícia. Folha de S. Paulo lança novo projeto gráfico. **Professional Publish**, São Paulo, ano 14, n. 84, p. 32-34.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Notícias do Futuro. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, Ilustrada, p. E1 e E5, 04 ago. 2007.

Eventos:

KERCKHOVE, Derrick De. In: PALESTRA “NOVOS HÁBITOS DE LEITURA NA CIBERCULTURA”, 2007, Rio de Janeiro.

OTÁVIO, Chico. In: PALESTRA NA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO DA UFRJ, 2007, Rio de Janeiro.

Dados estatísticos:

IBOPE. **Brasileiros com acesso residencial à internet já são 30,1 milhões**. Rio de Janeiro: Grupo Ibope, 2007. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=IBOPE//NetRatings&docid=BFC78A2E631FF756832573640064164D>. Acesso em: 28 set. 2007.

PNAD 2005. **Análise dos resultados sobre acesso à internet no Brasil**. São Paulo: IBGE, 2007.

Websites:

História da Folha Online:
http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_2000.htm, acesso em 24 set. 2007.

Reforma visual da Folha Online em 2003:
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u48145.shtml>, acesso em 24 set. 2007.

Reforma visual da Folha Online em 2006:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u78760.shtml>, acesso em 24 set. 2007.

Reforma visual da Folha Online em 2007:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u321402.shtml>, acesso em 24 set. 2007.

ANEXOS

Anexo A

Primeiro exemplar da “Folha de São Paulo” (1921)

Folha da Noite

ANNO I

S. PAULO - Sabbado, 19 de Fevereiro de 1921

SUM - 1

O nosso programa

Em seu numero de Janeiro de 1919 publicava a *Revista dos dois mundos*, um excelente trabalho, sobre Lloyd George assignado pela publicação francez sr. Gatto Ragoz. Entre outras singularidades do espirito do grande estadista ingles, apontava o seu biographo, o desprezo pelas ideias preconcebidas sempre votando aquelle que assumia a direcção dos negocios. A Inglaterra no mais emendoso instante de sua vida de Imperio, submaneira unida, cohesa e não desmante da sua flagrança europeia, pela victoria das potencias aliadas. Diante dos factos que se succediam com prodigiosa celeridade, de quando em quando, o problema era imprevisivel e inédito e bom senso de Lloyd George lhe havia imposto a uma attitude de espartaco resolveo a enfrentar os problemas e resolvê-los.

Contrastando com as tendências latinas, o oportunismo anglo-saxão encarnado na pessoa do primeiro ministro inglês, mais uma vez se impõe a observação de todos como a própria sabedoria em matéria de direção política de povos.

A conclusão a que chegou o sr. Ragoz, estendendo a atitude de Lloyd George em face de tão graves quanto complexos problemas, já há muito que nos havia impensado. Toda e qualquer obstinação a propósitos que ha de mais incerto e inconstante — refirmo-nos aos interesses públicos — sob o pretexto de "coherencia" de idéas, de programma ou de tradições, sempre não pareceu repugnar às verdades e às ideias inteligentes ser incompatível com a mutabilidade permanente dos problemas sociais.

Dahi o proclamarmos desde já a nossa futura "incoherencia", como costumam chamar, entre nós, aos gestos dos que, reconhecendo já não serem hoje as idéas que hontem defendiam as que melhor se coadunam com os interesses do povo, corajosamente, "coherentemente", desapoiam hoje o que hontem preconizavam.

Em synthese: chamamos, nós outros, a isso "oportunismo", vontade de acertar, levar em conta a fallibilidade humana. Outros, nisto querem ver irresolução, versatilidade, incoherencia. Seja como for; não abrimos mão de um direito que nos cabe. Sempre ao lado do povo, ou melhor; da nossa Patria oportunistas — eis o nosso programa.

Grande verdade, pois até hoje, tantos seculares depois do morto de encrave plágio, as fa-
bulas constituem um instrumento
de sabedoria popular. E
mais engenhoso, visto que trans-
mite idéias morais, abstratas

[illegible]

Declarações de Lloyd George sobre as dívidas alemãs

CONGRESSO NACIONAL

AS ELEIÇÕES DE AMANHÃ

A REPRESENTAÇÃO PAULISTA

OS CANDIDATOS AVULSOS

[illegible][illegible]

Apresentaram-se candidatos para a cadeira de deputado estadual para o município de São Nicolau Soares do Couto. Foram eleitos deputados pelo P. S. D. os sr. Rúbão Moura e Amador Carvalho.

• QUE NOS DISSE O DR. COUTO ESTHEIN

[illegible]

O Brasil se esforça de tudo para não cair para trás e possa manter o mesmo nível de desenvolvimento econômico e social. Mas, para isso, é preciso que o Brasil não se deixe levar pelo otimismo exagerado das elites e não se deixe levar pelo pessimismo exagerado das massas.

O Brasil não está sozinho. O mundo inteiro está passando por dificuldades. O Brasil não é a única nação que está passando por dificuldades. O Brasil não é a única nação que está passando por dificuldades. O Brasil não é a única nação que está passando por dificuldades.

[illegible][illegible]

© 1995-2000 The McGraw-Hill Companies

Pelos funcionários municipais

Os immediarios siguientes, todos, pertenecen ao conxunto
verbalizantes. — O que non pode, mais o seu uso a
vez pode. — Cada un pode estar no Soma Total.

[illegible][illegible]

Anexo B

“Folha de São Paulo” (2001)

[illegible]

Anexo C

Capa do “Jornal do Brasil” após reforma gráfica (1959)

Anexo F
 “O Dia” (1994)

O DIA

CR\$ 450,00
 Preço deste exemplar na capital e no interior

PRIMEIRO: AMY CARUSO • VICE-PRESIDENTE: WALTER DE MATOS JUNIOR • RIO DE JANEIRO, SEGUNDA-FEIRA, 2 DE MAIO DE 1994 • ANO 43 • Nº 15.296 • EDITOR-CHEFE: EUGENIO DE OLIVEIRA

SENNA MORREU
 Ele pressentiu a tragédia

Brasil chora morte do ídolo

Minutos antes de entrar na pista, Senna parecia tragicamente adivinhar a morte

O exato momento do choque. O Brasil respirou fundo e depois chorou

Já desorientado, Senna é levado para o hospital. Morreria minutos depois

O maior ídolo do esporte nacional, o piloto Ayrton Senna, 34 anos, tricampeão mundial de Fórmula 1, morreu ontem, em Bologna, Itália, depois de grave acidente no Autódromo de Imola- GP de San Marino. Seu Williams, numa velocidade de 250 quilômetros, seguiu em linha reta na entrada de uma curva e espantou-se contra uma parede. Os primeiros socorros foram ainda

na pista e o médico lhe fez uma traqueostomia, a fim de restabelecer a respiração. A informação oficial da morte ocorreu pouco depois das 13 horas- hora de Brasília- e chocou o país. A partir desta hora o Brasil estava mais pobre. O presidente Itamar Franco decretou luto oficial.

Na pista, a Williams destruída pelo impacto contra o paredão de concreto

Anexo G

Capa "Folha de São Paulo" de domingo

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL ★ ★ ★ WWW.FOLHA.COM.BR

FOLHA DE S. PAULO

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO DOMINGO, 18 DE NOVEMBRO DE 2007 ANO 87 • Nº 28.738 EDIÇÃO NACIONAL, CONCLUÍDA ÀS 20H40 • R\$ 4,00

ilustrada



a nova de SEINFELD

Comediante fala do filme "Bee Movie" e de reunir integrantes de seu antigo seriado para uma última cena

Pág. 54

esporte

BRASIL vai a Lima enfrentar o PERU abaixo do nível do mar Pág. 53

Ronaldinho treina e faz crescer expectativas de que entre em campo hoje Pág. 54

O ONIPRESENTE
Robinho já fez 45 partidas com a camisa da seleção brasileira em pouco mais de três anos Pág. 55

O AUSENTE
Convocado 13 vezes, o volante Fernando, do Bordeaux, ficou só 128 minutos em campo Pág. 56

Cisco usou laranja para doar R\$ 500 mil ao PT, afirma PF

Empresa afasta 2 funcionários citados no caso; partido nega favorecimento



A favela de Vila Baiana, que fica diante da rodovia Rio-Santos, no município de São Sebastião (SP), um dos que integram comissão para conter ocupação irregular

Documentos apreendidos pela PF e grampos telefônicos apontam que a Cisco se valeu de duas empresas de laranjas para doar R\$ 500 mil ao PT, informam Mario Cesar Carvalho e José Ernesto Credendino. Em troca, diz a PF, a Caixa Econômica Federal alterou edital

beneficiário a Damovo, distribuidora de produtos Cisco. Para a PF, as duas empresas eram usadas para camuflar a Cisco, uma das líderes mundiais em redes de computadores e acusada de esquema de importação ilegal e subfaturamento de bens trazidos da sede, nos EUA.

A principal prova seriam dois recibos de doações, feitas neste ano, de R\$ 250 mil cada um ao PT. Os recibos estavam com um diretor da Mude, suposta líder do esquema para beneficiar a Cisco. Para a PF, as supostas doadoras não têm condição de doar R\$ 250 mil.

A Cisco não comentou o caso, afirmando somente que dois funcionários seriam afastados. O PT confirmou as doações, mas negou favorecimento à Damovo. Brasil

classificados

veículos
VENDA DE UTILITÁRIOS ESPORTIVOS CRESCERÁ COM REAL VALORIZADO

negócios
FEIRA NO EXTERIOR TRAZ RETORNO, MAS DEMANDA INVESTIMENTO É KNOW-HOW

mais!
Livro traz autos do julgamento do assassino de Euclydes da Cunha

cotidiano
Senhas em excesso tornam até vida amorosa mais complicada

Litoral de SP teme favelização com boom de gás e petróleo

Com a descoberta e a exploração, que começa em 2008, de grandes reservas de gás e petróleo na bacia de Santos, além de obras de infraestrutura, o litoral norte de São Paulo revê o desafio de impedir sua favelização.

A ocupação irregular de mornos e encostas da serra do Mar, que já ocorreu a partir dos anos 70, tornou-se questão de Estado para o governador José Serra (PSDB), que criou comissão para conter novas favelas.

A ação inclui São Sebastião, Ilhabela, Ubatuba e Caraguatatuba, cidades com a maior taxa de crescimento populacional do Estado e sem programas habitacionais para a população de baixa renda.

Beneficiários do Bolsa Família não saem de pobreza extrema

Amazônia está sufocando, diz secretário da ONU

O secretário-geral das Nações Unidas, Ban Ki-moon, classificou o aquecimento global como "o desafio que definirá nossa era" e disse que "a Amazônia está sufocando". Ele lançou ontem documento para líderes políticos que deve guiar as negociações no próximo mês sobre o acordo que substituirá o Protocolo de Kyoto, que vence em 2012.

DANUZA LEÃO

Separação deveria ser avisada, assim como o casamento

Casos de separação complicada. De tanto pensar na festa, o amor passa a segundo plano, e a hora do "sim" já é o momento de se separar. Por isso, os manuais de elegância deveriam aconselhar a ir à tipografia que fez os convites de casamento e participar a separação, informando os novos endereços de cada um.

EDITORIAIS

Leis "Cabo eleitoral" que critica apoio de Lula a Chávez e "Aquecimento e expectativa", na economia.

ATMOSFERA

Solvente nomeia paradas de chuva

Porto Alegre mín. 14°C
Terreiros mín. 37°C

50%

DOS CARROS VENDIDOS NA CATEGORIA UTILITÁRIOS ESPORTIVOS "PREMIUM" TÊM ALGO EM COMUM.

Veja nesta edição.

HYUNDAI

Anexo H

Infográfico sobre os malefícios do alcoolismo veiculado na “Folhateen”

no fundo do copo

>>> O consumo abusivo do álcool provoca graves problemas de saúde. A quantidade para uma pessoa se prejudicar varia de acordo com cada organismo. Veja o que o álcool pode fazer com você:

ESTÔMAGO
O álcool contribui para o desenvolvimento da gastrite, uma inflamação da camada interna do estômago. Quando é muito grave, pode causar ulcera, ferida na parede do estômago que provoca dores fortes. Essas alterações, somadas a deficiências no pâncreas, impedem o órgão de absorver convenientemente nutrientes (síndrome de má absorção), o que pode resultar em anemia. Além disso, mais de 80% dos cânceres de boca, faringe e estômago estão relacionados ao álcool.

ESÔFAGO
O álcool danifica as células do esôfago, causando uma inflamação, chamada esofagite. Pode causar sensação de queimação e dores quando um alimento for engolido. Em casos graves, provoca hemorragia e vômitos de sangue.

CÉREBRO
Na adolescência, o uso abusivo pode causar a destruição de neurônios e impedir a realização de sinapses, fundamentais a processos como o de aprendizagem. É nessa fase que o cérebro tem mais condições fisiológicas de armazenar e de processar informações. O álcool causa alteração da memória e perda de reflexos, o que pode contribuir para acidentes de trânsito. Bebado, o adolescente fica mais vulnerável a relações sexuais sem proteção e se expõe a DSTs. O álcool pode aumentar a pressão arterial e provocar derrame cerebral.

CORAÇÃO
O álcool provoca um alargamento das fibras do coração, resultando em uma doença cardíaca que pode provocar até a insuficiência do órgão.

INTESTINO
Assim como o estômago, o intestino pode desenvolver uma ulcera por conta da inflamação das células ou ainda um câncer, além da síndrome de má absorção.

PÂNCREAS
O pâncreas é responsável pela produção de insulina e de enzimas digestivas. Em excesso, o álcool provoca a inflamação desse órgão, a chamada pancreatite, que pode resultar na destruição das células que produzem insulina (levando a uma diabetes) e das que produzem as enzimas digestivas (levando a uma síndrome de má absorção). Provoca dor abdominal e vômitos.

MÚSCULOS
O álcool interfere na absorção de vitaminas do complexo B, importantes na transmissão nervosa entre o nervo e a placa motora. Isso provoca uma atrofia muscular, a chamada polineuropatia alcoólica. Com isso, os músculos ficam enfraquecidos, mais frouxos, e o indivíduo crônico passa a ter dificuldade de andar.

OSSOS
O álcool enfraquece os ossos, provocando a osteoporose.

APARELHO REPRODUTOR
O uso crônico provoca alteração nos vasos sanguíneos de todo o corpo. Nos homens, ele pode tirar ação nos vasos do pênis, provocando a impotência. Além disso, pode inibir a produção de hormônios que ajudam a produzir os espermatozoides, causando infertilidade nos homens. Mulheres que bebem durante a gravidez podem gerar bebês com síndrome fetal alcoólica, uma alteração genética que provoca deformações físicas e retardamento mental.

DICAS PARA REDUZIR OS DANOS

- >>> Não beba álcool para matar a sede.
- >>> Entre uma dose e outra, beba água.
- >>> Prefira bebidas com baixa dosagem alcoólica.
- >>> Não encha o copo até estar vazio; dê goles pequenos.
- >>> Come antes de beber. A bebida vai demorar mais para ser absorvida.
- >>> Não beba se você estiver grávida. Pode prejudicar seriamente a saúde do bebê.
- >>> Não beba se você for dirigir. Você pode colocar a sua vida e a de outras pessoas em risco.
- >>> Se você beber com regularidade, tenha pelo menos dois dias sem bebida por semana.
- >>> Não beba para lidar com a estresse. Exercícios, bom sono ou meditação são maneiras mais seguras.

O ALCOOL E AS MULHERES
As mulheres são muito mais vulneráveis ao álcool do que os homens. Elas têm mais gordura e menos água no organismo, o que dificulta a metabolização da substância no caso de uma intoxicação de álcool. Além disso, há hormônios femininos que reagem mais rapidamente ao álcool e provocam o aparecimento de doenças mais cedo do que nos homens.

TEM O LADO BOM...

- >>> Além do prazer proporcionado pelo sabor e até pelo efeito levemente entorpecente que o álcool em pouca quantidade provoca, há teorias sobre os benefícios que ele poderia trazer ao coração. Estudos europeus identificaram que uma ou duas taças de vinho por dia poderiam proteger de doenças cardíacas. A bebida provocaria uma discreta dilatação dos vasos sanguíneos, evitando o aumento da pressão arterial.
- >>> Esses dados, no entanto, estão longe de ser consenso médico. Esse tipo de estudo foi realizado com homens jovens europeus sem predisposição para doenças cardíacas. É um universo muito específico, não poderia ser generalizado para toda a população, contesta a psiquiatra Ana Cecília Marques.

E AGORA, RESPONDA À PERGUNTA DA CAPA: VAI UMA CERVEJINHA AÍ?

Fonte: Arthur Guerra (presidente do Centro de Intervenções Tóxicas e Álcool), Ana Cecília Marques (psiquiatra da Unidade de Álcool e Drogas do Hospital), Anthony Wong (neurologista da Faculdade de Medicina da USP), Tito Lacerda (coordenador institucional da FAPESP, sem vínculo institucional).

Imagem: David H. Smith, Adaptado das imagens de David H. Smith e David H. Smith, Adaptado das imagens de David H. Smith e David H. Smith.

Anexo I

Parte da coluna de Mônica Bergamo na “Folha de S. Paulo”

E2 ilustrada SEXTA-FEIRA, 2 DE NOVEMBRO DE 2007

Mônica Bergamo

bergamo@folhasp.com.br

Julia Moraes/Folha Imagem

BAU
O Masp procurou a família do fotógrafo Luciano Carneiro (1926-1959) para ajudar a montar a exposição da coleção Pirelli/ Masp deste ano. Conseguiu resgatar 13 fotos dos anos 1950 e irá homenageá-lo na mostra, ao lado de outros 13 fotógrafos.

GUARDA-ROUPA 1
A estilista Raffaella Bassi, noiva do piloto Felipe Massa, embarcou ontem para Milão. Vai fazer a 12ª — e última — prova de seu vestido, um tomara-que-caia bordado com cristais, no ateliê Dolce & Gabbana. Os sapatos, também forrados de cetim italiano, terão salto médio para que Raffaella não fique mais alta que o noivo.

GUARDA-ROUPA 2
A madrinha Carol Bassi, empresária e irmã da noiva, usará no cabelo um pente de ouro branco com diamantes. Seu vestido, um longo verde-água do estilista Junior Santaella, será bordado com 100 mil cristais Swarovski. Já a mãe da noiva, Anna Bassi, vestirá rosa dégradé com aplicações de centenas de pétalas de flor em tecido, enquanto Ana Elena Massa, mãe do noivo, optou por um verde esmeralda desenhado por Demi Queiroz.

CORREIO FEMININO
A editora Rocco vai lançar um livro com 120 cartas trocadas entre Clarice Lispector e sua irmã Elisa, entre 1940 e 1957, quando a escritora estava em Berna, na Suíça. O livro “Minhas Queridas” está previsto ainda para este mês.

BOA VIZINHANÇA
O cantor espanhol Julio Iglesias vai montar uma espécie de feudo particular em Punta del Este, no Uruguai. O músico está construindo 18 casas ao redor de sua mansão no balneário uruguaio, para vender aos amigos interessados.

CASA PRÓPRIA
Já a top russa Natalia Vodianova deve terminar em janeiro a obra de sua casa em Punta del Este. Com 5.000 m², terá uma boate de 1.000 m² no subsolo, para que ela e o marido, Justin Portman, possam dançar sem incomodar a vizinhança.

LEITE E SUÇO DE XAMPU
Lista de pedidos da banda Chemical Brothers à produção de seu show em SP, no dia 7: 24 garrafas de cerveja nacional de qualidade, seis latas de refrigerante diet, três litros de leite, três litros de suco de laranja natural e um litro de suco de aloe vera — sim, aloe vera, planta mais conhecida como matéria-prima de cosméticos.

CRUZADINHA
Dan Stulbach vai dirigir Joana Fomm, em 2008, na peça “Palavras Cruzadas”, com texto de William Nicholson, roteirista de “Gladiator”.

JÁ PRO CASTIGO
Na festa do título brasileiro do São Paulo, o técnico Muricy Ramalho perdeu a paciência com o filho Fábio, 13 anos. No camarote VIP do Morumbi, o garoto interrompeu a comemoração do pai, pedindo para ir embora. “Da próxima vez, você fica em casa”, disse Muricy.

VISITA TÉCNICA
O presidente da Federação Paulista de Futebol, Marco Polo Del Nero, visitou estádios na França, Holanda e Espanha. Reuniu-se com seus administradores e empresas responsáveis pela segurança nos jogos.



» **NO EMBALO**
Quatro meses após o nascimento da filha Martina, o estilista Vinicius Campion, da grife A Mulher do Padre, promove o 2º Festival Pássaro do Mar, com pocket-shows semanais na loja

“O Serra é um menino mimado”

Uma fala atribuída ao maestro John Neschling, da Osesp, em que ele chama o governador José Serra de “menino mimado” e “autoritário” foi parar no YouTube há três dias e está incendiando o mundo da música clássica em SP — e também o Palácio dos Bandeirantes, onde Serra despacha. As falas creditadas ao maestro teriam sido gravadas sem que ele soubesse, em ensaios realizados em abril e julho deste ano. Na época, Serra não escondia a intenção de tirar o maestro da orquestra. Ele acabou ficando no cargo porque tem o apoio dos conselheiros da Fundação Osesp, que recebe verbas do governo mas tem independência.

Por meio da assessoria, a Fundação Osesp afirma que Neschling está em turnê na Argentina. Não nega o conteúdo das falas, mas diz que o maestro não comentará o fato de ter sido gravado. A assessoria afirma também que “o assunto é antigo e as duas partes envolvidas [governo Serra e Osesp] superaram a questão e se resolveram”. A assessoria de Serra diz que ele “está em Zurique” e não tomou conhecimento do vídeo. Abaixo, os principais trechos que estão no YouTube, com o

Reprodução

Maestro Neschling em ensaio da OSESP - NESCHLINGUA

Caiu o mundo pro Serra. O Serra é um MENINO MIMADO, na verdade, um AUTORITÁRIO, um excelente administrador, mas uma pessoa muito complicada de se lidar...

O maestro John Neschling, no vídeo do YouTube

título “Neschlingua”:

“Eu tenho tomado porrada de todos os lados todos os dias. É coisa de louco. Mas a Mônica Bergamo hoje me sacaneia. É uma sacana. Essa mulher ‘tá me sacaneando sistematicamente. Tentando criar um fato que não existe. Em realida-

de...ele até existe [Neschling se refere a notícias publicadas na coluna de que Serra pretendia tirá-lo da Osesp].”

“Existe um mal estar do governo em relação a mim, pessoalmente, por uma questão meramente de querer mandar.”

“Acontece que tem um conselho. A Fundação [Osesp] tem um conselho e o conselho não abre mão de mim (...) E o conselho manda. E o governador pode ter desejos, mas não manda no conselho.”

“Disse que não ia [se apresentar com a orquestra na Virada Cultural]. Caiu o mundo pro Serra. O Serra é um menino mimado, na verdade, um autoritário, um excelente administrador, mas uma pessoa muito complicada de se lidar. E não esqueceu. Em três anos, ele não esqueceu, e colocou a culpa toda em mim.”

“Aqui ninguém mexe. Aqui quem manda somos nós (...) Eu não tive nenhum problema em mandar embora sete músicos anos atrás e não terei nenhum problema em mandar embora outros sete (...) Eu sinto muito, mas não há discussão. Se houver discussão é fora. É rua na hora, na hora! Não quero nem saber!”

“Minha vontade é ir embora agora e dizer ‘foda-se tudo’ (...) Segurem-se e fodam-se.”

Anexo J
Capa "O Dia" (2007)



ANO 127 • NÚMERO 80.848 • WWW.ODIA.COM.BR
QUARTA-FEIRA, 14 DE NOVEMBRO DE 2007
R\$1

NOITE VIOLENTA

Policial do Bope é morto a tiros

■ O cabo do Batalhão de Operações Especiais (Bope), Cláudio Adonai Cavalcanti Xavier, foi assassinado com seis tiros, ontem à noite, durante assalto na Tijuca. PM estava no seu carro, quando foi atacado por dois homens que ocupavam uma motocicleta. Foi o primeiro agente do Bope baleado e morto, após o filme "Tropa de Elite", que exalta os métodos de ação dos "caveiras", na figura do capitão Nascimento. Em outro ataque, em Deodoro, capitão do Exército também morreu em assalto. **PÁG. 10**

ATAQUE



Manto sagrado vira cobertor na fila do ingresso

■ Flamengoistas dormiram nas filas dos cinco postos de troca de latas de cereal por entradas para a partida de domingo contra o Atlético-PR. Depois da confusão, novos locais foram definidos ontem. E num esquema de segurança nunca visto para um jogo de basquete, PM destaca 400 homens para impedir brigas antes de Flamengo x Vasco, hoje à noite, no Maracanzinho.

Robinho quer fazer gol e dedicar ao filho

■ Craque, que vai se pagar em dezembro, promete dar show hoje, contra o Uruguai, no Morumbi.



PRODUTOS BARATO

GRÁTIS JUNTOU, TROCOU, GANHOU!

7 SELOS + 1 BARALHO = O DIA



COMEÇA DOMINGO

PETROBRAS CONFIRMA REAJUSTE DE 25% DO PRODUTO NOS PRÓXIMOS DOIS ANOS

Gás: Cabral diz que vai manter desconto do IPVA

■ Seis dias após o secretário de Desenvolvimento, Júlio Bueno, ter anunciado proposta para retirar o incentivo fiscal que dá desconto de 75% no IPVA para carros particulares que fizessem futuras conversões para o GNV, o governador Sérgio Cabral negou seu apoio ao projeto. "De jeito nenhum. Isso nunca foi discutido", afirmou o governador sobre fim do incentivo discutido, afirmou ontem a O DIA o governador. A diretora de Gás e Energia da Petrobras reafirmou o aumento do produto já no próximo ano. **PÁG. 13**

MANIFESTAÇÃO NA ORLA



Segurando velas e com as bandeiras do Brasil e da Itália, dezenas de pessoas fizeram protesto na Avenida Vieira Souto, onde Giorgio Morassi morreu

14

INSS convoca 20 mil no Rio para agilizar ações judiciais

15

Militares: Lula faz reunião semana que vem para definir aumento

INTERNET

BARATO SAI CARO

Fabricantes nacionais não oferecem garantia nem assistência técnica e importados.

NOVO ACIDENTE NA ZONA NORTE



Atropelador leva tesouradas

■ Motorista de ônibus atropelou três pessoas em Campinho e foi agredido por marido de vítima. Ontem, a mãe de Juliana, morta no Méier, foi atrás do atropelador na Póntier, mas não conseguiu entrar. **PÁG. 8**

Confira nossas ofertas neste jornal.

55

BAHIA

Já sabe o que fazer com o seu 13º?

Vá ao Caderno de Economia.

ÍNDICE

SEGUNDA EDIÇÃO

- 1º CADerno 18 PÁGS
- O DIA 6 PÁGS
- ATAQUE 12 PÁGS
- INTERNET 12 PÁGS
- CLASSE 6 PÁGS

ODIA

www.odia.com.br

Anexo L

Capa do jornal esportivo "Lance" (2007)



Anexo M

Capa da “Folha Online” (30/11/2007)

ASSINE BUSCA

Web

Noticias

OK

ÍNDICE PRINCIPAL

FOLHA ONLINE
 www.folha.com.br
 Sexta-feira, 30 de novembro de 2007

VIDEOCAST
Shows nos parques de SP
 ADRIANA FERREIRA SILVA
 BLOGS, COLUNAS E PODCASTS

busca

☒ Folha Online
☐ Folha de S. Paulo

Notícias | Especial | Serviço | Galeria | Erramos | Colunas | Fale conosco | Atendimento ao assinante | Grupo Folha

Em cima da hora | Ambiente | Bichos | Brasil | Ciência e Saúde | Comida | Cotidiano | Dinheiro | Educação | Equilíbrio | Esporte | Ilustrada | Informática | Mundo | Turismo

Em cima da hora **Homem atingid_**

tempo 25°C SP | 23°C RIO | + CIDADES

Publicidade

AINA HICKMANN
 Apresentadora volta à TV, mas usa medicação
ANTICÂNCER
 Victoria Beckham faz campanha
ZAPPING
 Baixa audiência tira "Sítio" do ar
NOVELAS
HORÓSCOPO

Domingo é nosso batizado. Foi você que escolheu o nome.
 Dia 02/12. Aguarde.
 Anterior Próxima
 PUBLICIDADE: Domingo você está convidado para o batizado. Não perca, já que o nome você quem escolheu

Otimismo sobre os EUA alavanca Bovespa; BM&F dispara 22%
 Otimismo sobre a queda dos juros nos EUA ajudou a Bovespa a encerrar o último pregão do mês no azul, mas sem zerar as perdas acumuladas em novembro.

- Gasto com construção nos EUA cai 0,8% em outubro
- Bolsas européias fecham em alta
- Leia o que já foi publicado sobre a Bovespa

SP
PM à paisana iniciou tiroteio na Sé; ao menos quatro foram baleados
 Confusão causou tumulto e correria na estação. Guarda Civil socorreu 13 pessoas que passaram mal.

- Vítima de tiroteio no metrô passa por cirurgia
- "Pensel que era uma bomba", diz testemunha
- Fogo atinge loja na zona oeste de São Paulo

PUBLICIDADE

Veja o especial
FOLHA INVEST
 FOLHA ONLINE

ASSINE A FOLHA
 FOLHA DE SÃO PAULO

Folha de S. Paulo
 Receba 15 dias de Folha grátis. Assine já!

iPhone
 Smartphone Apple 8GB GSM desbloqueado. Confira!

Porta Retrato
 Digital a partir de apenas R\$ 599.

Impressora HP 9800
 Deskjet Jato de Tinta em até 12x. Confira!

Anexo N

Capa “Globo Online” (30/11/2007)


[NOTÍCIAS](#)
[ESPORTES](#)
[ENTRETENIMENTO](#)
[VIDEOS](#)
[ASSINE JÁ](#)
[TODOS OS SITES](#)



Domingo é nosso batizado.
Foi você que escolheu o nome.



EDIÇÃO RIO
 São Paulo • Brasil

☒ Notícias
 ☐ Web
 powered by 



[CAPA](#)
[PLANTÃO](#)
[MEU GLOBO ONLINE](#)
[BLOGS](#)
[GLOBOONLINERS](#)
[EU-REPÓRTER](#)
[OPINIÃO](#)
[MULTIMÍDIA](#)
[CELULAR](#)
[CLASSIFICADOS ZAP](#)
[JORNAL O GLOBO](#)
[GUIAS E SERVIÇOS](#)

[PAÍS](#)
[RIO](#)
[SÃO PAULO](#)
[ECONOMIA](#)
[MUNDO](#)
[CIÊNCIA](#)
[ESPORTES](#)
[CULTURA](#)
[EDUCAÇÃO](#)
[VIVER MELHOR](#)
[TECNOLOGIA](#)
[VIAGEM](#)
[EXTRA ONLINE](#)
[DIÁRIO DE SÃO PAULO](#)

30 de novembro de 2007 | Atualizada às 19h33m
 [Cadastre-se](#) | [Login](#)





Tiroteio no metrô de São Paulo deixou três baleados e outros 17 feridos

Bando roubou banco e fugiu pelos trilhos. Houve correria, pânico e gente se jogando no chão. Várias estações foram fechadas na capital paulista

 **REPORTER** Estava no Metrô? Conte como foi ou mande fotos

Lula lança PAC em favela da Zona Sul do Rio



Presidente critica remoções de quem mora em favelas e promete moradias dignas ao lançar obras de urbanização no Pavão-Pavãozinho

 **Comente esta notícia**

- » **Maioria dos leitores acha que obras não reduzirão crimes**
- » **Lula: É estupidez não aprovar CPMF**

Joel diz 'sim' ao Fla



Depois de ser homenageado por torcedores aos pés da estátua do

Publicidade

X836
Conheça!



PLANTÃO

19h30m | Trânsito SP
Congestionamentos somam 203km na capital

19h28m | Educação
Escola Marista de Goiás ganha prêmio de educação

19h26m | País
MP do Pará diz que mulher em vídeo não é a jovem que dividiu

MULTIMÍDIA

 **VIDEO**
Reféns das Farc

 **FOTOGALERIA**
Receita de salada de atum

 **ÁUDIO**
Aldo Rebelo em Caracas

SITES DE COLUNISTAS

Anexo O

Capa “O Dia Online” (30/11/2007)













Um deles pode ser o seu!

[PUBLICIDADE](#)
[ASSINE](#)
[RÁDIO](#)
[EXPEDIENTE](#)
[CLASSIFICADOS](#)
[FALE CONOSCO](#)

Rio de Janeiro, 30/11/2007 Última atualização às 20:07

MAIS UM SUSTO NOS TRILHOS
Estação do Méier reabre



Descarilamento deixa trinta e cinco pessoas feridas. Estação foi reaberta no sentido Baixada e ZO

 Confira imagens do acidente

Briga de síndicos
 Um foi baleado e o outro ferido com uma foice no rosto, na Vila da Penha

Sob nova direção
 Ricardo Vieiralves é escolhido novo reitor da Uerj até 2011

ÚLTIMAS DO DIA

20:04 - Economia
 Juiz determina arresto dos bens da BRA no Rio

20:02 - Carnaval
 Mangueira: Casal de mestre-sala e porta-bandeira iniciam treinamento com coreógrafa

19:59 - Brasil
 Senador reclama por Lula só chamar o DEM de PFL

19:56 - Carnaval
 Venda de ingressos para arquibancadas e cadeiras de pista para o Grupo Especial começa dia 5

19:56 - Brasil
 Crianças desaparecidas podem ser estampadas nos contracheques

TEMPO
 MAX: 31° MIN: 19°

AGÊNCIA  DIA



Banco de Imagens

PROMOCÕES

LIGUE AGORA
 8809-5000

SECÕES

Rio

Ataque

Cultura & Lazer

Brasil

Economia

Automania

Tecnologia

Mundo

Ciência e Saúde

Educação

O Dia na Folia

Você Faz a Notícia

TV O DIA

 RSS

BLOGS

(REVERB)

Anexo P

Capa “Lance Net” (30/11/2007)



VESTIBULAR NATAL SOLIDÁRIO

Inscrição: 2 brinquedos ou 2 livros infanto-juvenis



Acesse a outra capa do LANCENET!

SP São Paulo

LANCE NET

O CAMPEÃO DA REDE

30.11.107 |

Confira o
VAIVÉM do
mercado



blog | charge | plus!
Blog de Flávio Garcia
Novela Joel tem final feliz

CLUBES FUTEBOL ESPORTES TABELAS BLOGS TV E RÁDIO L! ACTIVO PROLANCE! FÓRUM L!CLIC E-BIZZ CHAT A+ LISTORE

SMS Envie sua mensagem ▶ Esse ano vamos mudar de tricolor para TETRAcolor

Como enviar o SMS Como funciona o RSS? RSS



Kaká está entre os três melhores da Fifa

Cristiano Ronaldo e Messi são os adversários do brasileiro no prêmio de melhor jogador do mundo

BLOG Confira o que rola no mundo da bola
E MAIS Marta e Cristiane também concorrem

Agora é preto no vermelho

Motivado pela Nação, Joel Santana põe a palavra no papel e assina novo contrato até o fim de 2008

RÁDIO L! Joel enaltece a torcida rubro-negra



Montenegro deixará o cargo na próxima segunda-feira

Dirigente afirma que somente Bebeto de Freitas falará com a imprensa



Torcer faz bem

Clique agora e assista ao programa

Nestlé faz bem

Anexo Q

Capa do “Último Segundo” (30/11/2007)

guia.mais O MELHOR SITE DE BUSCA LOCAL DE PRODUTOS E SERVIÇOS. www.guiamais.com.br

ÚLTIMO SEGUNDO oferecimento Bradesco

ig BUSCA enhanced by Google Buscar

30.11.2007 Esportes Brasil Mundo Economia Mundo Virtual Blogs - Opinião Cultura Educação Saúde Fale com Políticos Multinídia

Análise

Trepida a América do Sul e o mundo observa apreensivo

BM&F sobe 22%
Bovespa fecha em alta, mas perde 3,54% no mês

Imposto do cheque
DEM não tem nada a perder sem CPMF, critica Lula

Tensão nos EUA
Homem solta reféns em escritório de Hillary Clinton

Acidente no Rio
42 pessoas ficaram feridas em descarrilamento de trem

Troca de tiros no metrô
Fuga de assaltantes deixa 3 feridos e pára estação em SP

Incêndio em Pinheiros
Fogo em loja deixa uma pessoa morta São Paulo

Jorge da Cunha Lima

Palpites & pitacos

PAINEL DE CONTROLE

OPINIÃO E BLOGS

Luis Nassif On Line
O jogo de cena da história da CPMF, o imposto do cheque

Blog de bola
Everton adota mascote de campanha contra câncer

Caio Blinder, de ILY
Venezuela de Hugo Chávez é mais democrática (ou menos ditatorial) que a Rússia de Putin

Todos os columnistas
Os melhores comentaristas on line

SITES

- Gazeta Esportiva
- Minha Notícia
- Grande Prêmio
- Climatempo
- Conversa Afiada
- Observatório
- BBC Brasil
- NY Times
- Excelências

Árvore de Natal da Bradesco Seguros e Previdência 2007.
SAIBA MAIS

REDE DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA COM MAIS DE 120 CONCESSIONÁRIAS NO PAÍS.